

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN
Enrique Guzmán y Valle

“Alma Máter del Magisterio Nacional”

ESCUELA DE POSGRADO

SECCIÓN DOCTORADO



Tesis

**INFLUENCIA DEL PROGRAMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN
EL APRENDIZAJE DE EMPRENDIMIENTO DE IDEAS DE
NEGOCIO DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E. N° 20523 CORAZÓN
DE JESÚS, SUPE, UGEL N° 16 - BARRANCA, 2015.**

Presentada por:

Nilza Yolanda VILLARREAL SALOMÉ

Asesor:

Dr. Pedro Alfonso VALLEJO QUISPE

Para optar el grado académico de Doctor en Ciencias de la Educación

Lima – Perú

2016

Dedicatoria:

A mi familia por todo el cariño y apoyo incondicional que siempre me han demostrado.

A los Docentes de la EPG por sus valiosos aportes, conocimientos y sugerencias que hicieron posible la realización del presente trabajo de investigación.

Reconocimiento:

A mis padres y a mi familia; gracias a ellos, he desarrollado mi vida profesional y académica.

A mi asesor; por su amistad y amable disposición para dirigir el presente trabajo de investigación, por sus valiosas sugerencias que enriquecen el presente trabajo.

A todas aquellas personas que colaboraron mediante sus valiosas opiniones en el trabajo de investigación.

Tabla de contenidos

	Páginas
Portada	i
Dedicatoria	ii
Reconocimiento	iii
Tabla de contenidos	iv
Índice	v
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Resumo	xvi

Índice

	Páginas
Introducción	17
Capítulo I	
Planteamiento del problema	
1.1 Determinación del Problema	19
1.2 Formulación del Problema	23
1.2.1 Problema general	23
1.2.2 Problemas específicos	23
1.3 Objetivos	24
1.3.1 Objetivo general	24
1.3.2 Objetivos específicos	24
1.4 Importancia y alcances de la investigación	25
1.5 Limitaciones	27
Capítulo II	
Marco teórico	
2.1 Antecedentes	28
2.1.1 Antecedentes nacionales	28
2.1.2 Antecedentes internacionales	31
2.2 Bases teóricas – conceptuales	36
2.2.1 Gestión empresarial	36
2.2.1.1 Definición	37
2.2.1.2 Funciones de la gestión empresarial	38
2.2.1.3 Finalidades de la gestión empresarial	38
2.2.1.4 Herramientas para la gestión empresarial	39
2.2.1.5 Control de la gestión empresarial	40
2.2.1.6 Desafíos de la gestión empresarial	40
2.2.1.7 Ideas para mejorar la gestión empresarial	42
2.2.1.8 Idea de negocio	46

2.2.1.9	Empresa	49
2.2.1.10	Clasificación de las empresas	49
2.2.1.11	Competencias entre las empresas	51
2.2.1.12	Comunicación dentro de las empresas	51
2.2.1.13	Importancia de la comunicación dentro de las empresas	52
2.2.1.14	Empresario	53
2.2.1.15	Emprendedor	54
2.2.1.16	Importancia del emprendimiento	56
2.2.1.17	Perfil del emprendedor	56
2.2.1.18	Los programas de emprendedorismo en el Perú	61
2.2.1.19	Los programas de emprendedorismo en América Latina	72
2.2.1.20	Los programas de emprendedorismo en los países desarrollados	78
2.2.1.21	Las competencias empresariales y emprendedoras	83
2.2.1.22	Las funciones empresariales en las MYPE peruanas	84
2.2.1.23	Las competencias empresariales en las MYPE peruanas	87
2.2.1.24	Análisis de la educación para el trabajo en la EBR	92
2.2.1.25	Lineamientos para implementar una Educación emprendedora en la EBR	95
2.2.2	Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio	105
2.2.2.1	Aprender a emprender “el quinto pilar de la educación”	105
2.2.2.2	Cuatro pilares de la educación para el siglo XXI	108
2.2.2.3	Logro de aprendizajes	110
2.2.2.4	Definición de aprendizaje	112
2.2.2.5	Características del aprendizaje	114
2.2.2.6	Tipos de aprendizaje	115
2.2.2.7	Teorías de aprendizaje	117
2.2.2.8	Logros de aprendizaje como dominio de competencias y capacidades	125
2.2.2.9	La medición del logro de aprendizajes en relación al desarrollo curricular en los contextos nacionales de la región	126
2.2.2.10	El logro de aprendizaje en América Latina y el Caribe	131

2.2.2.11	Sistemas que miden el logro de aprendizaje de calidad	133
2.2.2.12	El logro de aprendizaje en el Perú	135
2.2.2.13	El argumento de la calidad en el logro de aprendizaje	136
2.2.2.14	Dimensiones del logro de aprendizajes según tipo de contenidos	138
2.2.2.15	Factores que inciden en el logro de aprendizaje	146
2.2.2.16	Causas del bajo logro de aprendizaje	147
2.2.2.17	Evaluación del logro de aprendizaje	148
2.3	Definición de términos básicos	150

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1	Hipótesis	152
3.1.1	Hipótesis general	152
3.1.2	Hipótesis específicas	152
3.2	Variables	153
3.2.1	Variable independiente	153
3.2.2	Variable dependiente	153
3.3	Operacionalización de variables	153

Capítulo IV

Metodología

4.1	Enfoque de Investigación	154
4.2	Tipo de investigación	155
4.3	Diseño de investigación	156
4.4	Población y muestra	157
4.4.1	Población	157
4.4.2	Muestra	157

4.5	Técnicas e instrumentos de recolección de la información	158
4.6	Tratamiento estadístico	165
4.7	Procedimiento	167
Capítulo V		
Resultados		
5.1	Validez y confiabilidad de los instrumentos	170
5.1.1	Instrumentos de investigación	170
5.1.2	Validez de los instrumentos	172
5.1.3	Confiabilidad de los instrumentos	176
5.2	Presentación y análisis de los resultados	177
5.2.1	Nivel descriptivo	178
5.2.2	Nivel inferencial	194
5.2.2.1	Pruebas estadística para determinación de la normalidad	194
5.2.2.2	Pruebas de hipótesis	198
5.3	Discusión	210
	Conclusiones	214
	Recomendaciones	215
	Referencias	216
	Apéndices	220
Apéndice 1	Programa de gestión empresarial (Módulo experimental)	
Apéndice 2	Pruebas competenciales (Conocimientos, procedimientos y actitudes)	
Apéndice 3	Validez por juicio de expertos de ambos instrumentos	
Apéndice 4	Confiabilidad y base de datos de la variable dependiente	

Lista de tablas

		Páginas
Tabla 1	<i>Proyectos de fomento de la empresarialidad en Latinoamérica</i>	76
Tabla 2	<i>Funciones empresariales y sus aprendizajes</i>	84
Tabla 3	<i>El logro de aprendizaje en el Perú</i>	135
Tabla 4	<i>Matriz de operacionalización de la variable independiente:</i> <i>Programa de gestión empresarial:</i>	153
Tabla 5	<i>Matriz de operacionalización de la variable dependiente:</i> <i>Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio:</i>	153
Tabla 6	<i>Muestra de estudiantes</i>	157
Tabla 7	<i>Instrumentos de recolección de información</i>	160
Tabla 8	<i>Características del programa de gestión empresarial</i>	161
Tabla 9	<i>Características de la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	162
Tabla 10	<i>Características de la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	163
Tabla 11	<i>Características de la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	164
Tabla 12	<i>Tabla de especificaciones de la prueba sobre aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio</i>	171
Tabla 13	<i>Niveles y rangos de la prueba general sobre aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio</i>	171
Tabla 14	<i>Validez de contenido por juicio de expertos del contenido del programa de gestión empresarial</i>	172

Tabla 15	<i>Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	173
Tabla 16	<i>Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	174
Tabla 17	<i>Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio</i>	175
Tabla 18	<i>Valores de los niveles de validez</i>	176
Tabla 19	<i>Tabla de Kuder Richardson</i>	177
Tabla 20	<i>Estadísticos de fiabilidad de las variables</i>	177
Tabla 21	<i>Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest</i>	178
Tabla 22	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest ambos grupos</i>	179
Tabla 23	<i>Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest</i>	180
Tabla 24	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest ambos grupos</i>	181
Tabla 25	<i>Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest</i>	182
Tabla 26	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest ambos grupos</i>	183
Tabla 27	<i>Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest</i>	184
Tabla 28	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest ambos grupos</i>	185
Tabla 29	<i>Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest</i>	186

Tabla 30	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest ambos grupos</i>	187
Tabla 31	<i>Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest</i>	188
Tabla 32	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest ambos grupos</i>	189
Tabla 33	<i>Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el postest</i>	190
Tabla 34	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el postest ambos grupos</i>	191
Tabla 35	<i>Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el postest</i>	192
Tabla 36	<i>Estadísticos descriptivos del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el postest ambos grupos</i>	193
Tabla 37	<i>Pruebas de normalidad</i>	195
Tabla 38	<i>Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (VD)</i>	199
Tabla 39	<i>Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D1)</i>	202
Tabla 40	<i>Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D2)</i>	205
Tabla 41	<i>Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D3)</i>	208

Lista de figuras

	Páginas
<i>Figura 1</i> Clasificación de las empresas	49
<i>Figura 2</i> Características de los estudiantes al concluir la EBR	93
<i>Figura 3</i> Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest	178
<i>Figura 4</i> Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest	179
<i>Figura 5</i> Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest	180
<i>Figura 6</i> Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest	181
<i>Figura 7</i> Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest	182
<i>Figura 8</i> Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest	183
<i>Figura 9</i> Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest	184
<i>Figura 10</i> Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest	185
<i>Figura 11</i> Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest	186
<i>Figura 12</i> Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest	187
<i>Figura 13</i> Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest	188

<i>Figura 14</i>	Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest	189
<i>Figura 15</i>	Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el postest	190
<i>Figura 16</i>	Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el postest	191
<i>Figura 17</i>	Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el postest	192
<i>Figura 18</i>	Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el postest	193
<i>Figura 19</i>	Distribución de frecuencias de los puntajes de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest	196
<i>Figura 20</i>	Distribución de frecuencias de los puntajes de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest	197
<i>Figura 21</i>	Diagrama de cajas pretest vs postest ambos grupos (VD)	200
<i>Figura 22</i>	Diagrama de cajas pretest vs postest ambos grupos (D1)	203
<i>Figura 23</i>	Diagrama de cajas pretest vs postest ambos grupos (D2)	206
<i>Figura 24</i>	Diagrama de cajas pretest vs postest ambos grupos (D3)	209

Resumen

El principal objetivo de esta investigación es demostrar que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

La investigación realizada fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, y método experimental, cuyo diseño de investigación fue el cuasiexperimental. La población estuvo conformada por 112 estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, y la muestra fue intencionada, con dos grupos de estudiantes de la misma aula y según especialidad, constituida por 30 sujetos. Se empleó como técnica de recolección de datos la técnica de evaluación educativa, que hizo uso de tres instrumentos aplicados en dos momentos (pretest y posttest) denominados pruebas pedagógicas o test de rendimiento: Prueba de conocimientos, procedimientos y actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio. La validez de contenido del programa de gestión empresarial (módulo experimental) y la prueba general de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio se realizó a través de juicio de expertos con un nivel de validez excelente y un nivel de confiabilidad también excelente, realizados mediante el coeficiente Kuder Richardson 20, cuyo valor fue 0.828.

Los resultados de la investigación a un nivel de confianza del 95% nos permitieron concluir que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con un $p < 0.05$) Significancia observada $p = 0.000$ menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.

Palabras clave: Gestión empresarial y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

Abstract

The main objective of this research is to demonstrate that the application of business management program influences learning entrepreneurial business ideas of students of the third grade of secondary school course Education for Work of School No. 20523 Heart Jesus knew, UGELs No. 16 - Barranca, during the academic year 2015, compared to traditional methods.

The research was quantitative approach applied type, and experimental method, whose design was quasi-experimental research. The population consisted of 112 third graders of secondary education, subject of Education for Work of School No. 20523 Heart of Jesus, Supe, UGELs No. 16 - Barranca, during the academic year 2015, and the sample was deliberate, with two groups of students in the same classroom and by specialty, consisting of 30 subjects. Proof of knowledge, procedures and attitudes about entrepreneurship business ideas: educational evaluation technique that made use of three instruments implemented in two phases (pretest and posttest) called educational tests or performance tests was used as data collection technique. Content validity of the business management program (Experiment Module) and overall entrepreneurial learning test business ideas was carried out through expert judgment with an excellent level of validity and reliability level also excellent, made by Kuder Richardson 20 coefficient whose value was 0.828.

The results of the investigation to a confidence level of 95% allowed us to conclude that: The application of business management program influences learning entrepreneurial business ideas in the third grade students of secondary school course Education for Work of School No. 20523 Heart of Jesus, Supe, UGELs No. 16 -

Barranca, during the academic year 2015, compared to traditional methods. (With a $p < 0.05$) observed Significance $p = 0.000$ less than the theoretical significance $\alpha = 0.05$.

Keywords: Corporate governance and enterprise learning business ideas.

Resumo

O principal objetivo desta pesquisa é demonstrar que a aplicação das influências do programa de gestão de negócios aprendendo idéias de negócios empresariais de alunos da terceira série do curso de ensino secundário Educação para o Trabalho da Escola No. 20523 Coração Jesus sabia, UGELs No. 16 - Barranca, durante o ano lectivo de 2015, em comparação com os métodos tradicionais.

A pesquisa foi do tipo quantitativo abordagem aplicada e método experimental, cujo projeto foi a pesquisa quase-experimental. A população foi composta de 112 alunos da terceira série do ensino secundário, sujeito de educação para o trabalho da Escola No. 20523 Coração de Jesus, Supe, UGELs No. 16 - Barranca, durante o ano lectivo de 2015, ea amostra foi deliberada, com dois grupos de alunos na mesma sala de aula e, por especialidade, composto por 30 indivíduos. Prova de conhecimentos, procedimentos e atitudes sobre ideias de negócio de empreendedorismo: técnica de avaliação educacional que fez uso de três instrumentos aplicados em duas fases (pré-teste e pós-teste) chamou testes educacionais ou testes de desempenho foi usada como técnica de coleta de dados. A validade de conteúdo do programa de gestão de negócios (Módulo Experimental) e as idéias gerais do teste de aprendizagem empreendedora de negócios foi realizada através de pareceres de peritos com um excelente nível de validade e nível de confiabilidade também excelente, feita por Kuder Richardson 20 coeficiente cujo valor foi 0,828.

Os resultados da investigação para um nível de confiança de 95% nos permitiu concluir que: A aplicação de influências de programa de gestão de negócios de

aprendizagem idéias de negócios empresariais nos alunos do terceiro ano do ensino secundário para o curso de escola Trabalho de Escola No. 20523 Coração de Jesus, Supe, UGELs No. 16 - Barranca, durante o ano lectivo de 2015, em comparação com os métodos tradicionais. (Com um $P < 0,05$) observado significância $p = 0,000$ menor do que o significado teórico $\alpha = 0,05$.

Palavras-chave: Governança corporativa e empresarial ideias de negócio de aprendizagem.

Introducción

En cumplimiento a las exigencias formales de la Universidad, presentamos a consideración de la Escuela de Posgrado, la investigación denominada: **Influencia del programa de gestión empresarial en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes de la I.E. N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL n° 16 - Barranca, 2015.**

Uno de los factores que motivaron la decisión de investigar sobre el tema, fue el análisis de la situación actual de la Educación Básica Regular (EBR) en los últimos tiempos, que nos plantea la siguiente interrogante ¿por qué es necesaria una educación emprendedora? partiendo del hecho de reconocer que el Perú es un país emprendedor, situación que es aceptada internacionalmente. Asimismo entre los objetivos, propósitos, características y competencias que se buscan en los egresados, y de los contenidos de la Educación para el Trabajo, tal como se están aplicando en la actualidad, se puede concluir que el tema del emprendedorismo está presente y permite, con cambios menores, impulsarlo con mucho mayor fuerza. Es decir, no se requieren cambios radicales o traumáticos en las políticas y programas educativos vigentes para implementar una educación emprendedora a nivel nacional.

Para su estudio, la investigación se desarrolló durante dos etapas, en la primera etapa, se aplicó la prueba piloto a un grupo con similares características de la muestra real, con la finalidad de demostrar la fiabilidad de los instrumentos de medición; en la segunda etapa (setiembre a diciembre de 2015), se trabajó con la muestra completa denominado muestra intencionada.

El presente trabajo de investigación tiene la siguiente estructura:

El capítulo I, describe el problema objeto de la investigación, su formulación, los objetivos, la importancia y las limitaciones en el desarrollo de la misma.

El capítulo II, comprende el marco teórico, sobre la base de cada una de las variables, tales como: Gestión empresarial y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

El capítulo III, propone las hipótesis, variables, y su operacionalización.

El capítulo IV, explica el enfoque, tipo y diseño de la investigación, describe la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos de recolección de información, el tratamiento estadístico, y sus procedimientos.

El capítulo V, describe la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados en la investigación, la presentación y análisis de los resultados, así como su discusión, el establecimiento de conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

En suma este capítulo hace referencia a qué es lo que finalmente se encontró al término de la investigación; que significan realmente los resultados obtenidos, señalando la relación existente entre los hechos observados, en este caso, la influencia de la variable independiente en la variable dependiente. Así como la discusión de los resultados. Luego de todo, se pudo dar las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se incluyen en los Apéndices los instrumentos de recolección de datos usados en cada caso, las pruebas de validación y confiabilidad, y el análisis de las prueba pedagógicas.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Determinación del problema

Un análisis de la situación actual de la Educación Básica Regular (EBR) en los últimos tiempos, nos plantea la siguiente interrogante ¿por qué es necesaria una educación emprendedora? Los argumentos según el SINEACE (2014, p. 7) son cinco. El primero parte del hecho de reconocer que el Perú es un país emprendedor, situación aceptada internacionalmente. En todo el territorio nacional se crean aproximadamente 130,000 empresas cada año, pero la mayoría de ellas son microempresas informales y de sobrevivencia que no son capaces de brindar ingresos suficientes a sus conductores ni trabajadores. El sistema educativo no dice ni hace prácticamente nada por modificar o evitar la creación de miles de empresas de baja productividad cada año, sencillamente lo ignora, contribuyendo a profundizar la situación de pobreza e informalidad.

El segundo argumento es más positivo; se sustenta que la creación de nuevas empresas, sobre todo si son innovadoras, es la fuente principal del desarrollo económico y social, en todos los países. Esta afirmación no es aceptada fácilmente por la macroeconomía convencional que sostiene que la variable explicativa del crecimiento es la inversión privada, y que basta promoverla para producir desarrollo, lo que representa una mirada sesgada y parcial. El documento levanta las ideas de Joseph Schumpeter que desde la década de los años cuarenta del siglo pasado afirma que la innovación tecnológica y el emprendedorismo son los motores del crecimiento económico. La

experiencia histórica le ha dado la razón: los países más desarrollados son los más innovadores y los más emprendedores.

Estas tesis han sido comprobadas recientemente por el trabajo de 11 años realizado por los profesores Daron Acemoglu del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y James Robinson de Harvard, plasmado en el libro “Por qué fracasan los países”. Para sustentar estos puntos de vista se incluyen los hallazgos, conclusiones y recomendaciones de política de dos investigaciones muy reveladoras y recientes que dan cuenta de que las empresas creadas por los egresados de dos universidades, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y Stanford University, generan hoy día el 14.5% del PBI de Estados Unidos. Estos resultados comprueban que una educación emprendedora e innovadora tiene un efecto directo, relevante y muy efectivo sobre el desarrollo, no solo en los países desarrollados, sino también en desarrollo.

El tercer argumento son las orientaciones que da la UNESCO para la educación mundial, basadas en el “Informe Delors” y sus desarrollos posteriores, al proponer que uno de los cinco pilares para lograr una educación para todos que responda a las exigencias del siglo XXI, sea el “aprender a emprender”. Desde que fue formulada esta propuesta, en la década de los años noventa, no ha hecho sino crecer en aceptación y aplicación en diversos países del mundo, especialmente en los países de mayor dinamismo económico y social.

El cuarto argumento es la conveniencia de crear una estructura productiva y una economía basada en una amplia clase media productiva y empresarial, fomentando la expansión de pequeñas y medianas empresas (PYME), así como la creación constante de empresas por parte de la población joven. Ello no solo genera crecimiento económico sino también inclusión económica y estabilidad social, como lo comprueban países como Alemania, Japón, Taiwán, Corea e Italia. La crisis financiera mundial no ha hecho sino mostrar que las estrategias como el “chorreo económico”, basadas en alentar a unas

cuantas empresas “demasiado grandes para quebrar” –que concentran el ingreso en pocas manos y generan mayores tensiones sociales– han fracasado en los países que las aplicaron.

El quinto argumento es el de preparar a las futuras generaciones para enfrentar un escenario orweleano que se está configurando en muchos países, tanto desarrollados como en desarrollo. Este escenario consiste en la confluencia de dos fenómenos: 1) el control de los medios de comunicación por unas pocas corporaciones privadas que transmiten su ideología, visión del mundo, y una selección sesgada de la información, limitando la pluralidad y la democracia, y 2) la banalización creciente (Vargas Llosa) de la cultura y los medios, incluyendo a las redes sociales, que limitan y dificultan el pensamiento complejo y crítico. Una educación emprendedora que brinde una mayor autonomía en las opciones y decisiones de los jóvenes, y que podría acercarse a una postura más crítica y rebelde (Federico Mayor), sería no solo una necesidad para ellos, sino también para la sociedad entera.

Aun cuando el emprendedorismo no se ha constituido en el mainstream (tendencia o moda dominante) de las políticas públicas de desarrollo dominadas por la macroeconomía convencional, existen experiencias muy interesantes y efectivas de impulso a la creación de nuevas empresas y la educación emprendedora. Este es el caso de Finlandia, el país con la mejor educación en el mundo, Australia, Canadá, Estados Unidos y varios países de América Latina. La experiencia internacional no muestra un modelo único o predominante sino una diversidad de enfoques y propuestas.

En el Perú también existen algunas experiencias de fomento al emprendedorismo y de una educación emprendedora, principalmente desde el sector privado. Entre ellas destacan: Fundación Romero, SYSA-Cultura emprendedora, Colectivo Integral de Desarrollo (CID), Junior Achievement, DiEmpresa, Somos Empresa, los colegios Fe y

Alegría, el Ministerio de Educación, Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo (CAPLAB) (con los gobiernos regionales del sur) y varias universidades privadas.

Por otro lado el SINEACE (2014, p. 9) a partir de una extensa encuesta nacional aplicada a empresarios y empresarias de las MYPE y a expertos en el tema, determinó siete competencias básicas para crear y conducir micro y pequeñas empresas, esa persona: 1) comunica en forma fluida y empática, 2) tiene iniciativa para tomar decisiones y asumir riesgos, 3) resuelve problemas y busca soluciones creativas, 4) actúa en función de valores que comprometen a su entorno, 5) obtiene y procesa información relevante, 6) organiza y controla procesos, 7) busca la generación de riqueza y la ganancia. Estas competencias se pueden enseñar, con las debidas consideraciones y dosificación, a los estudiantes de primaria, secundaria, técnica y universitaria.

Asimismo la situación actual de la Educación Básica Regular (EBR), entre los objetivos, propósitos, características y competencias que se buscan en los egresados, y de los contenidos de la Educación para el Trabajo, tal como se están aplicando en la actualidad, se puede concluir que el tema del emprendedorismo está presente y permite, con cambios menores, impulsarlo con mucho mayor fuerza. Es decir, no se requieren cambios radicales o traumáticos en las políticas y programas educativos vigentes para implementar una educación emprendedora a nivel nacional.

Es en ese sentido que la presente investigación propone lineamientos para diseñar e implementar una educación emprendedora en la Educación Básica Regular (EBR), específicamente la aplicación de un programa de gestión empresarial que repercuta en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución

Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015. En tal sentido, el problema que se abordó en el presente trabajo de investigación se formula de la siguiente manera:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿En qué medida la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional?

1.2.2 Problemas específicos

P₁. ¿En qué medida la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional?

P₂. ¿En qué medida la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional?

P₃. ¿En qué medida la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Demostrar que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

1.3.2 Objetivos específicos

- O₁** Verificar que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.
- O₂** Verificar que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

- O₃** Verificar que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

1.4 Importancia y alcances de la investigación

La siguiente investigación tiene la siguiente importancia:

- a) Permite conocer y valorar mejor, a partir de la casuística concreta y la correspondiente información empírica y teórica, el estado actual de la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015;
- b) Permite conocer y valorar con mayor objetividad y elementos de juicios consistentes, la relación recíproca que se ejerce entre las dimensiones del programa de gestión empresarial, en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, no sólo estableciendo la importancia relativa de cada factor sino también poniendo a prueba la coherencia de la concepción factorial de la calidad educativa;
- c) Facilita la obtención de mejores condiciones para una formulación y aplicación más exitosa de propuestas de mejoramiento continuo de la gestión empresarial, en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio;

- d) Aporta elementos de juicio útiles para mejorar el desarrollo teórico-práctico de las acciones destinadas a optimizar las relaciones sinérgicas entre las variables bajo estudio incluyendo las correspondientes condiciones mediacionales predominantes;
- e) Aporta elementos de juicio útiles para formular una tipología de la calidad del programa de gestión empresarial en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, utilizable como patrón o referente válido para desarrollar acciones de naturaleza diagnóstica, descriptiva, explicativa, predictiva y transformadora; y,
- f) Metodológicamente constituye un caso no muy frecuente de aplicación de la concepción epistemológica crítica al estudio de estos procesos, lo cual implica la incorporación de instrumental estadístico subordinado a un denso enfoque teórico aplicado al conocimiento de variables complejas como la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015. Esto estimula el desarrollo de otros trabajos en esta misma o similar línea de investigación.

En cuanto a los alcances de la investigación, quedaron definidos de la siguiente manera:

- a) **Alcance espacial:** Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca.

b) **Alcance socioeducativo:** Fundamentalmente estudiantes, docentes, padres de familia, directores, Estado y comunidades de base.

c) **Alcance temático:** Gestión empresarial, y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

Alcance temporal: Año 2015.

1.5 Limitaciones de la investigación

Para desarrollar la investigación se enfrentó una serie de limitaciones por las pocas experiencias de investigación en temas sobre: Gestión empresarial, y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, en el contexto educacional.

Una de las primeras dificultades y la de mayor incidencia que encontró la investigación como todas las investigaciones sociales, son las limitaciones referentes a la validez externa de los resultados debido a que las características del servicio se desenvuelven dentro de una realidad concreta en este caso la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, los mismos que sus objetivos están en función a sus necesidades y posibilidades.

Otro de los factores limitantes que tuvo la investigación fue sin duda las dificultades en el acceso a las fuentes primarias, debido a que las autoridades de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, consideran determinados elementos del quehacer institucional, tales como su documentación interna, llámese relaciones, registro de pacientes, etc., o el acceso a sus

áreas de trabajo, y otros, con criterio extremadamente restrictivo y confidencial. Esto se afrontó mediante el correspondiente trabajo previo de sensibilización, involucramiento, cobertura, triangulación y coordinación, según los casos.

Otra limitación que también no podemos dejar de considerar fueron los escasos trabajos de investigación relacionados a las variables en estudio, que permitan contrastar los resultados alcanzados respecto a los resultados logrados en esta investigación. Esto se afrontó mediante el uso y consulta de las fuentes disponibles, la extrapolación de material análogo y la producción teórica propia.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes

Para la presente tesis, sobre las variables: Gestión empresarial, y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio; se ha revisado lo siguiente:

2.1.1 Antecedentes nacionales

Calderón et al (2007) en la tesis titulada: “*Gobierno corporativo en las Empresas familiares peruanas: caso de estudio en el sector textil*” cuyo fin fue obtener los grados de magister en ciencias administrativas, mención administración estratégica de empresas, otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Los investigadores, analizaron el uso de las prácticas de gobierno corporativo en las empresas familiares peruanas del sector textil, así como la influencia que la dinámica y

el entorno familiar ejercen sobre ellas. El análisis de la investigación se basó en el estudio e interpretación de resultados obtenidos a partir de entrevistas a gerentes de empresas familiares del sector textil, que se encuentran ahora de la segunda generación de los fundadores, para poder apreciar aspectos de la sucesión y sobre todo la planificación de futuro. La investigación concluye que en las empresas familiares del sector textil no se maneja el uso del gobierno corporativo y sus prácticas de manera formal y que, muchas veces, el cumplimiento de algunas obedece fundamentalmente al cumplimiento del marco regulatorio empresarial. Es por ello que el análisis de este estudio y sus respectivos resultados, dan cuenta que la razón radica en la adaptación particular de las prácticas de gobierno corporativo según las características y necesidades de cada empresa al entorno y dinámica familiar.

Gutiérrez (2009) en su tesis titulada: “*Capacidades emprendedoras y rendimiento académico en estudiantes de la facultad de ciencias contables de la UNMSM.*” cuya finalidad fue obtener el grado académico de magister en educación, mención en docencia universitaria, por la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú. Concluye que: (1) Los análisis estadísticos realizados demuestran que la prueba de capacidades emprendedoras, utilizadas en la presente investigación, presenta validez y confiabilidad. (2) Los análisis estadísticos realizados demuestran que las capacidades emprendedoras se encuentran relacionadas significativamente con el rendimiento académico en los alumnos de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSM. (3) Las diversas capacidades emprendedoras, contenidas en la prueba utilizada se encuentran relacionadas significativamente con el rendimiento académico en los alumnos de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSM, tal como se muestran a continuación: a) *Riesgo e incertidumbre con el promedio del rendimiento académico*; b) *Creatividad e innovación con el promedio del rendimiento académico*; c) *Organización y planificación con el promedio del rendimiento académico*; d) *Comunicación con el promedio del rendimiento académico*; e) *Liderazgo con el promedio del rendimiento académico*; f) *Redes sociales con el promedio del*

rendimiento académico; g) Detección de oportunidades con el promedio del rendimiento académico; h) Gestión innovadora con el promedio del rendimiento académico; e i) Capacidades emprendedoras con el promedio del rendimiento académico. Asimismo esta investigación muestra los resultados obtenidos, que indican que las escalas mejor valoradas por los alumnos son: Liderazgo, Comunicación, Organización, Creatividad, Gestión, Riesgo e incertidumbre, Detección de Oportunidades y Redes Sociales. Por otro lado los resultados muestran que el promedio del rendimiento académico es de 14.0041 lo que significa un aprendizaje regularmente logrado, de acuerdo al Ministerio de Educación, pero que en la Universidad es bastante importante.

Vela (2011) en su tesis titulada: *“Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana”* cuya finalidad fue obtener el título de ingeniero industrial en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Encontró que el concepto de incubación de empresas más aceptado, es definido como un proceso de soporte empresarial que acelera el desarrollo exitoso de empresas innovadoras. La forma como se logra esto, usualmente está vinculada a la entrega de servicios que son ofrecidos generalmente en la incubadora de empresas o a través de su red de contactos. El principal objetivo de una incubadora de empresas es producir empresas exitosas que egresarán financieramente viables e independientes, de esta manera la incubadora de empresas es una gestora del riesgo de inicio, de empresas con alto potencial innovador. Por ello, se espera que la empresa que egresa de una incubadora de empresas tenga el potencial de crear trabajos, y consolidar economías locales y nacionales. En la presente tesis se plantea un modelo para la creación de incubadoras en la realidad peruana, porque el conocimiento que existe a nivel mundial recomienda la adaptación

de este proceso a la realidad particular de cada región, y de esta manera incrementar las probabilidades de éxito en su implementación. Es así que la presente investigación se ha dividido en tres capítulos, el primer capítulo establece el estado del arte para la incubación de empresas, el segundo capítulo evalúa algunos aspectos importantes del contexto peruano necesarios para adaptar el conocimiento sobre incubación de empresas, y el tercer capítulo propone el modelo de incubación de empresas, que pueda ser replicado, adaptado y mejorado. Finalmente esta investigación al término de los resultados presenta las conclusiones y recomendaciones que permitan aprovechar de una mejor manera los conceptos y la información plasmados en esta tesis.

2.1.2 Antecedentes internacionales

Díaz (2005) en su tesis titulada: *“Diseño de un sistema de gestión empresarial adaptado a las PYMEs del sector textil cuya producción se basa en el tiraje de tejidos para el hogar”*, cuya finalidad fue obtener el grado académico de Master en Ingeniería Textil y Papelera por la Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España. Encontró los siguientes resultados: (1) Sustentarán el devenir de las empresas del sector textil ante los nuevos retos que supone la nueva competencia ejercida por los países asiáticos. Estos pilares, innovación aplicada a productos y procesos, capacidad de desarrollo de artículos con diseño diferenciado y gestión eficaz de las empresas constituirán los elementos necesarios para la supervivencia del sector. (2) El contenido de esta investigación propone un modelo específico de gestión adaptado a las empresas del sector textil de mayor relevancia en la Comunidad Valenciana constituido por las PYMEs dedicadas a la fabricación de tejidos destinados al sector de textiles para el

hogar. (3) El modelo propuesto ha sido desarrollado contando con la participación de un importante número de empresas pertenecientes al sector definido, fruto de esta colaboración, el cual se ha definido en un sistema de gestión basado en la utilización de una serie de indicadores divididos en cinco perspectivas desde las cuales se propone medir la evolución de la empresa y los resultados que suponen las diferentes decisiones estratégicas emprendidas. Finalmente como resultado se definen los Factores Críticos de Éxito común al conjunto de empresas de estas características y se genera un Cuadro de Mando constituido por una cifra de 27 indicadores. Con el sistema de control propuesto se conseguirá el control total del negocio.

Alcívar et al (2006) en la tesis titulada: *“Adecuación de un ambiente pedagógico e implementación de un plan de capacitación para emprendimiento de negocios familiares dirigidos a un grupo de agricultores “Unoccaj” parroquia Junín, del cantón Junín 2009”* cuya finalidad fue obtener el título de ingeniero comercial por la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador. Tuvo como ejes primordiales del trabajo ejecutado que: (1) El Cantón Junín fue el pilar fundamental de dicho objetivo en donde nos enfocamos, específicamente en el centro de acopio “UNOCCAJ”. (2) La “UNOCCAJ” es una organización representada por varias organizaciones zonales del Cantón Junín, que realmente se encuentran con falencias para fortalecer la parte comercial y agrícola, los cuales contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de las personas miembros del grupo “UNOCCAJ”. (3) El grupo “UNOCCAJ” está formado por organizaciones zonales que conforman: Lugar Las Piedras, Balsa Tumbada, Sitio Las Cañas, Sitio Guayabales, Sitios Andarieles, Sitio El Algodón. Todas estas

organizaciones campesinas del Cantón Junín se las conoce como muy organizadas, hospitalarias y con buenos valores humanos.

Como problema se determinó, que en las comunidades existen una serie de falencias y necesidades insatisfechas entre ellos se tiene básicamente el servicio de transporte, la escases del agua y la infraestructura. La mayoría de estas necesidades están presentes en la comunidad desde su creación, pero la comunidad desea satisfacerlas por medio de sus propios recursos y mediante ayuda gubernamentales. A esto también se agrega que los miembros de la comunidad “UNOCCAJ” los cuales en su mayoría son agricultores, se notó que para los mismos es necesario tener conocimientos de emprendimiento para que puedan emprender un negocio propio.

En cuanto al desconocimiento de temas de emprendimiento de negocios, la Universidad Técnica de Manabí, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a través de las egresadas(os) de la carrera de Administración, planificaron la capacitación encaminada en Emprendimiento de Negocios Familiares para colaborar con los miembros de la comunidad “UNOCCAJ”, como mecanismo de apoyo a sus miembros, de tal manera que su labor diaria fuera eficiente y eficaz. El deseo de una mejoría tanto intelectual como económico es lo que ha dado inicio para que los miembros de la “UNOCCAJ” se sintieran motivados, por esta razón fue considerada de mucha importancia este tipo de capacitación. Los emprendimientos de negocio son actividades productivas que aumentan el nivel de vida de las personas, es por ello que nuestra actividad se justifica, debido a que existen muchos problemas de desempeño en el Cantón Junín y la aplicación de este sistema de capacitación motiva a las personas a

generar sus propios negocios, el cual le brindará ingresos financieros y mejorar su estilo de vida al crecimiento de sus negocios. Académicamente el presente trabajo comunitario obtuvo una trascendencia tanto para los estudiantes egresados de la Universidad Técnica de Manabí en Ingeniería Comercial, los cuales transmitieron sus conocimientos hacia la comunidad en beneficio mutuo. Y finalmente lo que se logró con las capacitaciones en emprendimiento de negocios es que la comunidad de la “UNOCCAJ” diera un avance significativo en cuanto a conocimientos ya que lo que se inculcó siempre fue el interés que se le debe dar a temas de esta categoría que son tan relevantes para manejar sus negocios individuales de cada ente; del cual a nivel de investigación se sintieron llenos de motivación y satisfacción de que se haya cumplido con lo establecido en vuestro plan y que la comunidad lo haya tomado con la mayor predisposición posible que ameritaba el caso.

Andrade y Bravo (2009) en su investigación: “Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa administración de empresas de la Universidad de la Amazonía”; cuya finalidad fue la de obtener el grado académico de magister en ciencias de la Educación, por la Universidad de la Amazonía, Florencia, Colombia. Estableció en la investigación una propuesta de tipo didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de administración de empresas de la Universidad de la Amazonía, con sus respectivas implicaciones curriculares. El estado actual del problema se estableció a partir de la aplicación de una encuesta a los estudiantes y una entrevista semiestructurada a los docentes del primer curso del énfasis de formación en emprendimiento. Los datos recolectados en la presente investigación fueron procesados mediante el software SPSS. En la investigación se reseñan algunos modelos de enseñanza y aprendizaje del emprendimiento implementados en la educación superior colombiana, el resultado de experiencias a

nivel nacional y la normatividad vigente relacionada con el problema investigado. La propuesta ha sido construida bajo el enfoque de formación por competencias, el pensamiento creativo y la tecnología informática como un recurso didáctico. Asimismo se ha encontrado que en cuanto al dominio y comunicación temática el 70% de los estudiantes perciben que las sesiones de clase son “siempre” planeadas y, en la misma proporción consideran que existe un dominio conceptual por parte de los docentes en los temas tratados. Por otro lado se utilizaron el aprendizaje significativo y la enseñanza para la comprensión como enfoques didácticos para la enseñanza, implementados en el gestor de contenidos educativos denominado plataforma “MOODLE”. Los principales resultados a las que arribo la presente investigación, se basaron en la generación de actitudes más favoritas hacia el espíritu empresarial, una mayor competencia en el uso de organizadores gráficos en los estudiantes y una propuesta de organización curricular y desarrollo didáctico para el énfasis del programa de administración de empresas.

Paz (2011) en su investigación: *“Mujer, Pobreza y Emprendimiento. Experiencias Claves para la Superación”* cuya finalidad fue obtener el grado académico de Magíster en Psicología, mención Social-Comunitaria, por la Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile. En la actualidad la superación de la pobreza se aborda a través de distintas estrategias, una de ellas es el microcrédito, un instrumento financiero utilizado para apoyar la actividad emprendedora. Estos préstamos se concretizan a través de los programas de micro finanzas, cuyos usuarios en su mayoría son mujeres, tanto en Chile como en otros lugares del mundo. Dada la relevancia de estos programas, se han realizado numerosos estudios evaluando su impacto, tanto a nivel económico, como social; sin embargo, existen pocas investigaciones que den cuenta de la perspectiva de las propias mujeres que han participado en estas iniciativas. Desde el interés en cómo las mujeres evalúan su experiencia en micro emprendimiento se planteó este estudio cualitativo, que busca identificar los elementos más relevantes para las

mujeres en este ámbito, siendo el objetivo central describir y analizar la evaluación de la experiencia en micro emprendimiento, que realiza un grupo de mujeres usuarias de un proyecto privado de microcrédito. Para ello se realizaron entrevistas a 13 mujeres emprendedoras usuarias y ex usuarias de Fondo Esperanza (FE) de la Región de Valparaíso. FE es una organización sin fines de lucro, que otorga microcréditos solidarios a personas en situación de pobreza. El análisis de la información se realizó a través de la Grounded Theory, siguiendo un proceso de retroalimentación constante entre la recolección y el análisis de la información. Los principales resultados giran en torno a cuatro fenómenos: la trayectoria en emprendimiento de estas mujeres, sus motivaciones al autoempleo, el uso y la identificación de recursos para desarrollar su emprendimiento, y la valoración específica que realizan de su paso por Fondo Esperanza. Estos cuatro fenómenos ayudan a comprender el núcleo central de esta experiencia: se conforma un círculo virtuoso de la superación, que se origina en el proyecto personal de las emprendedoras y que involucra a su familia, su comunidad y la sociedad en general.

2.2 Bases teóricas

El sustento teórico – científico para la presente investigación, se basa en el estudio y análisis de los tópicos como: Gestión empresarial, y aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

2.2.1 Gestión empresarial

Según Domínguez (2006, p. 23). La gestión empresarial es la base de toda empresa, si se realiza una buena gestión la empresa crece, por el contrario si se realiza una mala gestión la empresa decaerá.

Asimismo la gestión implica un sinnúmero de requerimientos que necesita cumplir la empresa, para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo.

Una correcta y buena gestión no solo se enfoca a la empresa y a lo que sucede dentro de esta, si no por el contrario, trata de encontrar problemas organizacionales que estén afectando su desempeño, trata de mantener a un cliente satisfecho, pero sobretodo, se encarga de aprovechar al máximo todos los recursos con los que cuenta la empresa, para maximizar sus ganancias y reducir costos, sin dejar de lado la calidad y el cliente.

Por otro lado, la comunicación es la base de las relaciones humanas, al igual que en la sociedad una buena, correcta y clara comunicación nos puede ahorrar muchos malentendidos.

En una empresa sucede lo mismo, un clima de cordialidad y de buena comunicación, nos permitirá desarrollarnos más y mejor en nuestro ambiente de trabajo, haciendo más y mejores cosas, pero si en lugar de llevar una cordial y buena comunicación, el trabajo se verá mermado por los problemas más comunes y más importantes dentro de cualquier organización, la incorrecta comunicación.

Aunque existan diferentes tipos de empresas y cada una tenga una manera de administrar sus recursos de manera diferente, todos a final de cuentas buscan una sola cosa, vender más y mejor y en consecuencia obtener más ganancias, y solo hay una manera de hacerlo, a través de la gestión, que nos ayudará e impulsará a poder realizar nuestros sueños. Hay que recordar que nunca es demasiado tarde para llevar a la

práctica la gestión empresarial, que siempre va haber algo que podamos mejorar, pero sobretodo, que debemos buscar a las personas adecuadas para que realicen este delicado estudio.

2.2.1.1 Definición

Haberkorn (2003, p. 669) señala que la gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas personas hacen las mismas cosas todo el tiempo.

2.2.1.2 Funciones de la gestión empresarial

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones según Domínguez (2006, p. 91), los cuales son:

Planificación: se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos.

Organización: donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto.

Dirección: implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.

Control: este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.

2.2.1.3 Finalidades de la gestión empresarial

Anteriormente la gestión era vista como la función de satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero. Pero en la actualidad ha cambiado esa perspectiva, desde la competencia y la función de la oferta en el mercado.

Domínguez (2006, p. 92), señala que la finalidad de la gestión empresarial se enfoca en la constante necesidad de la sociedad de adquirir nuevos productos y servicios de calidad. El suministro de bienes y servicios de calidad es la obligación más elemental de una empresa. Para que una empresa sea exitosa, debe existir un nivel de armonía muy elevado entre los integrantes de ésta. La armonía beneficia el funcionamiento interno de la empresa, y por consiguiente incrementa la productividad.

2.2.1.4 Herramientas para la gestión empresarial

Gómez (2008, p. 4) señala que la gestión, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en cuatro herramientas principales otorgadas por Econegocios, que son: (1) *Plan de negocios*; (2) *Estructura del negocio*; (3) *Contabilidad*; y (4) *Lista de comprobación*. A continuación se describen brevemente cada una de las anteriores herramientas, para su fácil comprensión y asimilación:

Plan de negocios: Un plan de negocios es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas. El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

Estructura del negocio: La estructura de negocios se refiere directamente a las responsabilidades que le corresponden a cada persona dentro de una empresa y los tipos y estructuras de negocios que se establecen regularmente, tales como: propiedad individual, sociedades, limitada y corporaciones.

Contabilidad: El uso de la contabilidad dentro de la gestión es muy importante, es por eso que el gestor, deberá tener altos conocimientos de contabilidad, para poder llevar a cabo sus funciones como gestor.

Lista de comprobación: Esta herramienta elaborada en forma de cuestionario para el Desarrollo de la Pequeña Empresa es una guía, que sirve para ayudarle a preparar un plan de negocios completo y para determinar si sus ideas se pueden realizar, y así convertir sus sueños en realidades.

2.2.1.5 Control de la gestión empresarial

Domínguez (2006, p. 11) señala que: La gestión debe estar al tanto de los cambios que se puedan producir en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes y la sociedad.

La gestión debe tener un excelente control de sus funciones, debe seguir de cerca todas las actividades que realice, para corroborar que lo que se está haciendo este bien hecho y se realice en los tiempos adecuados.

El control de la gestión se basa en tres puntos importantes:

Finalidad y misión de la organización, definiendo claramente sus objetivos.

Preparación del personal para que trabaje con eficacia.

Identificar y corregir impactos de cambios sociales.

2.2.1.6 Desafíos de la gestión empresarial

La gestión, en toda organización, requiere adecuarse al carácter del trabajo. Uno de sus objetivos principales es conducir los esfuerzos que realizan sus trabajadores en pos de los objetivos de la organización. Su éxito, por tanto, depende de su capacidad para lograr los niveles más altos de productividad, de manera que sus empleados rindan de acuerdo a sus reales potenciales de desempeño. Durante las últimas décadas, se han producido importantes cambios en el carácter del trabajo sin cambios correspondientes en las modalidades de gestión.

El cambio más sobresaliente en el trabajo apunta al hecho de que el trabajo manual, pilar de las empresas y organizaciones del pasado, ha dejado de ser preponderante, cediendo su importancia al trabajo no manual (trabajo intelectual o de conocimiento). El trabajo no manual exige de modalidades de gestión radicalmente diferentes de aquellas requeridas por el trabajo manual. Pues bien, aunque el carácter del trabajo se ha modificado, la gestión sigue aplicando todavía los mismos modelos del

pasado, sigue siendo un tipo de gestión diseñada para un tipo de trabajo que ya dejó de existir.

El trabajo no manual tiene, al menos, dos componentes muy diferentes. El primero, es un conocimiento técnico de especialidad. Todo trabajador no manual es un especialista en alguna disciplina. Es un trabajador de conocimiento en un área determinada. Sin embargo, hay un segundo componente que no siempre es adecuadamente reconocido y que incide de manera determinante en la efectividad alcanzada por el trabajador de conocimiento.

El trabajador de conocimiento trabaja conversando, con otros o consigo mismo. Su efectividad no sólo depende de sus conocimientos técnicos de especialidad, sino también, y de manera no menos importante, de sus competencias conversacionales genéricas. Los resultados que obtiene no sólo remiten a sus conocimientos sino también, a la manera como conversa y a las competencias e incompetencias conversacionales que exhiba.

Como todo trabajador no manual, directivos y gerentes son agentes conversacionales. La gestión organizacional se realiza conversando y su éxito o fracaso está determinado por las competencias conversacionales de tales directivos y gerentes. Pero ello es igualmente válido si la gestión está dirigida a trabajadores manuales o no manuales. El punto que interesa destacar es que el tipo de gestión que conduce a un aumento de la productividad del trabajador no manual, produce efectos opuestos cuando se trata de trabajadores no manuales, de trabajadores de conocimiento.

Aquello que funcionaba con los trabajadores manuales, con los trabajadores no manuales muestra efectos restrictivos. Su capacidad productiva se ve inhibida. Y esto es precisamente lo que está sucediendo hoy en día y lo que se ve expresado en el reconocimiento de que estos trabajadores sólo están rindiendo al 20% de su potencial.

Para abrir nuevas modalidades de gestión es indispensable transitar desde una modalidad que llamamos "el gerente-capataz" a otra muy diferente que la literatura empresarial ha comenzado a llamar "el gerente-coach".

Se trata de dos modalidades de gestión diametralmente opuestas. La primera se funda en el miedo, la segunda es generadora de confianza. La primera le pre-establece al trabajo sus óptimos de desempeño, la segunda fija mínimos aceptables y establece desafíos abiertos. La primera se dirige al cumplimiento de tareas, la segunda al logro de resultados. La primera se ejerce sobre las acciones del trabajador, la segunda se dirige a la disolución de aquellos obstáculos que individuos, equipos y procesos, encuentran en su desempeño.

2.2.1.7 Ideas para mejorar la gestión empresarial

Para poder mejorar la gestión se recomienda que además de todo el uso tecnológico, la preocupación por las ventas, la continua revisión hacia la competencia y el apoyo del gobierno, se inculque en todo empresario y en toda persona que desee convertirse en empresario los siguientes puntos que según Gómez (2008, pp. 12-14), lo ayudaran a crecer no solo como empresario, sino también como ser humano. Al respecto tenemos los siguientes:

Logre una empresa triunfadora.

Logre una empresa rápida al cambio.

Descubra al ser más importante en su vida.

Conviértase en un triunfador.

Convierta sus sueños en realidad.

Practique la ética.

Reinvierta en su empresa.

Aprenda a perdonar.

Nunca enferme de éxito.

Invierta en un bien social.

Desarrollando cada una de estas ideas, tenemos:

Logre una empresa triunfadora:

Para lograr una empresa triunfadora es necesario que:

El trabajador sea un triunfador

La empresa sea incubadora de campeones.

Sepamos a dónde queremos ir

Que queremos lograr.

Ser ambicioso y atacar la mediocridad dejando de ser mediocres.

Logre una empresa rápida al cambio:

En un futuro, el mundo empresarial va a dividirse en dos grandes grupos, las empresas rápidas al cambio y las empresas lentas al cambio.

Una empresa que aprovecha las ofertas del mercado, es una empresa más preparada, y rápida al cambio, y usted ¿Qué tipo de empresa quisiera tener?

Descubra al ser más importante de la vida:

Gómez (2008, p. 13) sostiene que "El ser humano es la excelencia de la excelencia, el ser más importante de la vida somos nosotros, somos la maravilla más excelsa de la creación humana".

Conviértase en un triunfador:

La fórmula anterior muestra claramente los aspectos que se necesitan para poder obtener el triunfo, además hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Dedique parte de su vida a desarrollar su talento

La buena suerte, valla a buscarla no cae del cielo

Convierta los obstáculos en retos

Sea interesado

Convierta su empresa en ganadora

Busque un jefe con experiencia, ya que esta siempre es necesaria

Utilice bien el tiempo, 50% para resolver problemas y 50% para crearlos.

Convierta sus sueños en realidad:

"El secreto de ser siempre joven, es no dejar de soñar, ya que a través de los sueños pueden forjar las grandes realizaciones, el resultado de los triunfos es la realización de los sueños.

Practique la ética:

La ética es la base de todo, si no tenemos ética no podremos llegar a ningún lado, o bien si llegamos lo suficientemente alto, caeremos repentinamente, porque no contamos con los cimientos adecuados.

Reinvierta en su empresa:

Si queremos que nuestra empresa crezca, debemos de reinvertir en ella, ya que al aumentar nuestro capital de inversión. Nuestras ganancias aumentan.

Aprenda a perdonar:

Aprenda a perdonar como una madre perdona a un hijo, ya que si libera su espíritu vera como aumenta su capacidad productiva.

Nunca enferme de éxito:

No se vulva soberbio

Sea humilde

Sea grato

Sea agradecido

Si ponemos en práctica estos puntos, podemos ganarnos el respeto y la admiración de nuestros seguidores y así estaran con nosotros por gusto y no por miedo.

Invierta en un bien social:

Invertir un en bien social, lo hará ganar más seguidores y por ende tendrá mayor satisfacción personal, mejor productividad.

2.2.1.8 Idea de negocio

¿Qué es una idea de negocio?

MML (2014, p.19) sostiene que una idea de negocio es la base de donde parte todo proyecto empresarial. Si partimos de una buena idea, seguramente podamos llevar a cabo el proyecto empresarial, por diversos motivos: porque creemos en él y porque podremos contar con el apoyo externo necesario para ponerlo en marcha, todo ello realizando previamente un análisis de viabilidad de todo el proyecto.

¿De dónde pueden surgir las ideas de negocio?

MML (2014, p.19) señala las ideas de negocio pueden venir de muchas fuentes, unas pueden salir de nuestra propia intuición, de los hábitos de vida, etc. Ahora bien, también podemos tener un espíritu emprendedor y no conocer en determinado momento que ideas puede suponer una oportunidad de negocio. Así una idea de negocio puede derivar de las siguientes fuentes:

Propia creatividad: Como bien hemos dicho antes, la idea puede surgir de un pensamiento propio o de un planteamiento que tengamos a cerca de una necesidad en nuestros hábitos de consumo.

Nuevos inventos: Cuando la idea viene de una investigación que se ha realizado sobre ese planteamiento que lleva implícita una orientación comercial.

Nuevas tecnologías: La utilización de Internet está provocando la aparición de nuevos métodos de comercialización de los productos o servicios que ofrecemos a nuestros clientes, utilizando la red como medio de trabajo.

Tendencias sociales: En nuestro entorno van surgiendo cambios demográficos, culturales, políticos, etc. que van creando nuevas necesidades en la sociedad. Por tanto fruto de la observación de estos cambios nos pueden surgir ideas de negocio con el fin de crear nuevos productos o servicios.

Servicios mal prestados: Cuando en nuestro entorno nos damos cuenta de la existencia de servicios demandados que no están bien cubiertos, bien por una mala prestación de esos servicios por otras empresas o porque no exista ninguna empresa que ofrezca esos servicios. De esta observación puede surgir una buena oportunidad de negocio que hay que saber aprovechar a tiempo.

Conocimientos adquiridos: Una persona emprendedora que haya adquirido determinada formación académica, le surgirán mejores ideas de negocios relacionados con sus estudios específicos, porque conocerá mejor que servicios o productos puede ofrecer al mercado que se va a dirigir.

Experiencia adquirida: Lo mismo ocurre con la experiencia profesional y laboral que tiene una persona emprendedora. Su conocimiento en un determinado sector y sus habilidades técnicas pueden definir una buena idea de negocio.

Observación sistemática: Puede haber personas emprendedoras que por diferentes circunstancias, tengan muy claro que quieren montar un negocio pero no saben cuál elegir, de ahí la necesidad de observar constantemente nuestro entorno. Estas ideas puede que no sean propias sino que provengan de otros medios, como por ejemplo el traspaso de un negocio, ejemplos que se analizan en revistas especializadas, franquicias, etc.

¿Cómo elegir una buena idea de negocio?

Seleccionar o elegir una idea de negocio demanda seguir algunos pasos básicos:

Paso 1: Lluvia de ideas: Anota todas las ideas de negocio que consideres tienen mucha demanda, que podrían ser una novedad o que son escasas en el mercado.

Paso 2: Evaluación de macrofiltro: Ahora evalúa cada una de las ideas que has anotado, respondiendo a la pregunta: ¿conoces si hay quienes quisieran comprar tu producto, será posible venderlos en tu barrio, te sientes capaz de hacerlo, te generara ganancias al venderlo?

Paso 3: Evaluación de microfiltro: Selecciona las tres ideas de negocio con mayor puntaje obtenido en el paso 2. Luego, pregúntate si conoces ¿dónde conseguir la materia prima o insumos, si tienes alguien que te ayude con la producción, si sabes cuánto necesitas invertir y donde conseguir financiamiento? La idea con mayor puntaje será la que debes de elegir.

Recomendaciones:

Piensa en las necesidades nuevas no atendidas aun para los clientes de interés.

Qué necesidades atendidas en forma inadecuada causan insatisfacciones a los actuales clientes.

Piensa en mejorar un negocio ya existente (observa las diferencias de los competidores)

Una actividad nueva siempre requiere actividades complementarias ¿Cuáles serían estas actividades nuevas?

Identifica necesidades creadas por la aparición de nuevos productos / servicios.

Identifica que otros usos se les puede dar a los productos / servicios existentes.

2.2.1.9 Empresa

Una empresa es un conjunto de personas y recursos que generan ingresos vendiendo sus productos o servicios a un público determinado.

Asimismo existe una formula muy sencilla dada por Domínguez (2006, p.92) quien señala como determinar fácilmente el correcto funcionamiento de una empresa:

$$\text{Mayor ingresos} * \text{menor gasto} = \text{Más ganancias}$$

Esta fórmula expresa claramente cómo se podrá obtener más ganancias dentro de una empresa, pero hay algo muy importante que no debemos olvidar. La satisfacción del cliente va sobre todas las cosas, no por reducir gastos excesivamente, dejemos de lado al cliente. Otro punto importante de recordar es que ningún negocio bueno es eterno, pues siempre habrá personas que trataran de copiar la idea, y es allí donde entra la competencia entre las empresas y la superación empresarial para ser cada día mejores.

2.2.1.10 Clasificación de las empresas

Rachman y Mescon (1996, p.12) sostiene la clasificación de las empresas, de acuerdo a su modo de organización.



Figura 1. Clasificación de las empresas.

Ahora se describe cada uno de los diferentes tipos de empresas:

Propietario único: Las cuales tienen un solo dueño y administrador en una sólo persona. Son la forma más común de las organizaciones.

Sociedades personales: Es una empresa que forman varios individuos y puede ser General, Limitada o Empresa conjunta.

General: Es en la que se comparten plenamente los aspectos administrativos y la responsabilidad de los pasivos de la empresa.

Limitada: Es en la que al menos un socio asume una responsabilidad limitada sobre los aspectos administrativos y la responsabilidad de los pasivos de la empresa.

Conjunta: Sociedad que se establece para un proyecto específico o por tiempo limitado.

Sociedades anónimas: Es una entidad legal que se crea con una autorización estatal y cuyos activos y pasivos difieren de los correspondientes a sus propietarios. El estado autoriza su operación mediante las escrituras constitutivas, tienen un consejo de administración compuesto de ejecutivos de la compañía o personas ajenas a ella. Pueden ser privadas o públicas. Y sus propietarios son los accionistas. Los accionistas comunes tienen el derecho de elegir el consejo de administración. Los accionistas preferentes no tienen tal derecho a voto. Y si un

tratamiento preferente en respecto a los de los accionistas comunes con el pago de dividendos.

2.2.1.11 Competencias entre las empresas

Día a día hay más y mejores empresas ofreciendo mejores servicios, es por eso por lo que se debe de seguir al pie de la letra ese viejo pero tan verdadero dicho, que dice "evolucionar o morir". Si no se evoluciona la competencia de este mundo globalizado acabará con la empresa, pero si se mantiene a la vanguardia de las exigencias del consumidor, la empresa será competitiva.

Ruiz (2004, p. 408) sostiene que para que una empresa aproveche al máximo las nuevas oportunidades, es necesario que cumpla con los siguientes puntos que especifica:

Contar con estructuras a través de las cuales las decisiones que se tomen sean correctas.

Toda empresa que mira al futuro, debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades.

La gestión debe de ser ágil para responder a las condiciones cambiantes del mercado.

Si se puede llevar a cabo estos tres sencillos puntos, la empresa logrará aprovechar al máximo sus recursos y como consecuencia podrá aumentar su competitividad, reduciendo costos y mejorando el servicio.

2.2.1.12 Comunicación dentro de las empresas

Uno de los puntos más importantes dentro de todas las empresas, es la correcta comunicación. Y es uno de los problemas más significativo con el que se topa la gestión empresarial. Para poder iniciar de lleno, debemos primero definir el concepto de comunicación efectiva, que se realiza entre el emisor y el receptor.

En muchos casos, es difícil conseguir una comprensión mutua porque los interlocutores no entienden que para conseguir una comunicación eficaz, ambos deben compartir el mismo conocimiento y la utilización de igual lenguaje.

Cuando se emplea el lenguaje utilizamos palabras que para nosotros tienen sentido, pero que pueden no significar lo mismo para el receptor, por lo que se producen confusiones y una incorrecta comunicación, siendo peor aun cuando analizamos frases, en las que una serie de palabras tienen un significado implícito, nuestro problema de comunicación se agrava. Ahora describiremos la importancia de la comunicación dentro de las empresas.

2.2.1.13 Importancia de la comunicación dentro de las empresas

Domínguez (2006, p. 94) señala como la importancia de la comunicación a "los distintos procesos a través de los cuales se transmiten y reciben informaciones, recomendaciones, ideas, opiniones, que son los factores que crean una base sólida para la mutua comprensión y acuerdos comunes entre las personas".

La comunicación no es sólo enviar información, sino garantizar que la misma se reciba adecuadamente. La comunicación debe estructurarse de forma que:

Facilite las respuestas a unas propuestas, tareas o funciones con la posibilidad de que el receptor realice los comentarios que crea conveniente.

Dé al receptor la oportunidad de reformular sus preguntas con el fin de aclarar cualquier duda y también para que pueda aportarnos a su vez, cualquier información que nos sea útil.

2.2.1.14 **Empresario**

Un empresario es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

A continuación se describen los puntos que contiene el perfil del empresario según Domínguez (2006, p. 97), que son necesarios para alcanzar su máximo desarrollo.

Un empresario es ante todo alguien que trabaja activamente y tiene una ilimitada vocación por los negocios.

El empresario no tiene que temer los cambios que se puedan producir en su entorno y debe estar dispuesto a dejar de lado prácticas obsoletas o desfasadas en interés de su empresa.

Tiene que estar continuamente aprendiendo y ser capaz de adquirir nuevas habilidades y conocimientos.

Aunque posea una imaginación bien desarrollada, el empresario debe concebir siempre ideas prácticas.

El empresario debe saber delegar no sólo las tareas, sino las responsabilidades para ejecutarlas.

Necesita cualidades especiales para relacionarse con otras personalidades distintas a la suya y tratar de adaptarse a las mismas para sacar el mayor partido posible.

Tiene que saber planificar su tiempo y saber combinar perfectamente sus recursos tanto físicos como intelectuales para conseguir los resultados previstos.

2.2.1.15 Emprendedor

Gutiérrez (2009, p. 25) define que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita.

Formichella (2004, p.5) sostiene que el emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón,

sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas.

Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” lo mismo que todos miran pero observar algo diferente, es decir descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, es un individuo que se comunica y logra generar redes de comunicación, asimismo tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga.

2.2.1.16 Importancia del emprendimiento

Alcívar et al (2006, p.55) señala que el emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

2.2.1.17 Perfil del emprendedor

Gutiérrez (2009, p. 21) sostiene que para crear una empresa de éxito no es suficiente con solo contar con una buena idea de negocio, sino que la persona que está llevando a

cabo el proyecto debe poseer una serie de actitudes y comportamientos adecuados que garanticen su competencia para afrontar el negocio de una manera óptima.

La ausencia, o presencia, de estas actitudes determinan el perfil emprendedor de cada persona y, una vez creada la empresa, existe la probabilidad de salir triunfante de la experiencia. ***Este perfil no es algo estático y fijo para cada persona***, sino que todos los comportamientos básicos para garantizar el éxito puede trabajarse y mejorar su rendimiento.

De acuerdo a lo señalado por la Cámara de Comercio de Navarra. Disponible en <http://www.navactiva.com/web/es/colaboradores/camara> tenemos algunas propuestas de capacidades emprendedoras fundamentales, aunque creemos que pueden existir más:

Innovación y Desarrollo:

Capacidad para modificar las cosas, incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad, sin que necesariamente exista un requerimiento externo que lo empuje. Implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe.

Liderazgo:

Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos, en una dirección determinada inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo de la acción de ese grupo. La habilidad para fijar objetivos, el seguimiento de dichos objetivos y la capacidad de dar feedback integrando las opiniones de los otros.

Establecer claramente directivas, fijar objetivos, prioridades y comunicarlas. Tener energía y transmitirla a otros. Motivar e inspirar confianza. Tener valor para defender o encarnar creencias, ideas y asociaciones. Manejar el cambio para asegurar competitividad y efectividad a largo plazo, plantear abiertamente los conflictos, para optimizar la calidad de las decisiones y la efectividad de la

organización. Proveer coaching y feedback para el desarrollo de los colaboradores.

Orientación al cliente:

Deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender o satisfacer sus necesidades, aun aquellas no expresadas. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final a quien van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de los propios clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa-cliente, como el personal ajeno a la organización. No se trata tanto de una conducta concreta frente a un cliente real, como de una actitud permanente de tener en cuenta las necesidades del cliente para incorporar este conocimiento a la forma específica de planificar la actividad.

Orientación a resultados:

Capacidad de encaminar todos los actos al logro de lo esperado, actuando con velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes necesarias para cumplir o superar a los competidores, las necesidades del cliente o para mejorar la organización. Es capaz de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados. Tendencia al logro de resultados, fijando metas desafiantes por encima de los estándares, mejorando y manteniendo altos niveles de rendimiento, en el marco de las estrategias de la organización.

Negociación:

Habilidad para crear un ambiente propicio para la colaboración y lograr compromisos duraderos que fortalezcan la relación. Capacidad para dirigir o controlar una discusión utilizando técnicas ganar-ganar, planificando opciones para negociar los mejores acuerdos. Se centra en el problema y no en la persona.

Desarrollo de las personas:

Ayudar a que las personas crezcan intelectual y moralmente. Implica un esfuerzo constante para mejorar la formación y el desarrollo de los demás, a partir de un

apropiado análisis previo de sus necesidades y de la organización. No es simplemente enviar a las personas a que hagan cursos, sino un esfuerzo por desarrollar a los demás.

Empoderamiento:

Dar poder al equipo de trabajo potenciándolo. Hace referencia a fijar claramente objetivos de desempeño con las responsabilidades personales correspondientes, Proporciona dirección y define responsabilidades. Aprovecha claramente la diversidad (heterogeneidad) de los miembros del equipo para lograr un valor añadido superior en el negocio. Combina adecuadamente situación, persona y tiempo. Adecuada integración en el equipo de trabajo. Comparte las consecuencias de los resultados con todos los involucrados. Emprende acciones eficaces para mejorar el talento y las capacidades de los demás.

Planificación y organización:

Capacidad de determinar las metas y prioridades del negocio, estipulando la acción, los plazos y los recursos requeridos. Incluye la instrumentación de mecanismos de seguimiento y verificación de información.

Comunicación y contactos:

Capacidad de demostrar una sólida habilidad de comunicación; esta capacidad asegura una comunicación clara. Alienta a otros a compartir información y valora las contribuciones de los demás. En un concepto más amplio, comunicarse incluye saber escuchar y hacer posible que los demás tengan fácil acceso a la información que se posea.

Calidad del trabajo:

Excelencia en el trabajo a realizar. Implica tener amplios conocimientos en los temas del área del cual se es responsable. Poseer la capacidad de comprender la esencia de los aspectos complejos, para transformarlos en soluciones prácticas y operables para la organización, tanto en su propio beneficio como en el de los clientes y otros involucrados. Poseer buena capacidad de discernimiento (juicio).

Compartir el conocimiento profesional y la expertise. Basarse en los hechos y en la razón (equilibrio). Demostrar constantemente el interés de aprender.

Trabajo en equipo:

Implica la capacidad de colaborar y cooperar con los demás, de formar parte de un grupo y de trabajar juntos: Lo opuesto a hacerlo individual y competitivamente. Para que esta competencia sea efectiva, la actitud debe ser genuina. Es conveniente que el ocupante del puesto sea miembro de un grupo que funcione en equipo. Equipo, en su definición más amplia, es un grupo de personas que trabaja en procesos, tareas u objetivos compartidos. Si la persona en un n° 1 de área o empresa, la competencia “Trabajo en Equipo” no significa que sus subordinados serán pares, sino que operarán como equipo en su área-grupo.

Pensamiento estratégico:

Habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor respuesta estratégica. Capacidad para detectar nuevas oportunidades de negocios, comprar negocios en marcha, realizar alianzas estratégicas con clientes, proveedores o competidores. Incluye la capacidad para saber cuándo hay que abandonar un negocio o reemplazarlo por otro.

Resolución de problemas:

Es la capacidad de idear la solución que dará lugar a una clara satisfacción del problema del cliente atendiendo sus necesidades, problemas y objetivos de negocios (del cliente) y la factibilidad interna de resolución. Incluye la capacidad de idear soluciones a problemáticas futuras del cliente.

Persuadir y vender:

Capacidad para encantar y/o seducir a un cliente para que éste adquiriera un producto/servicio que responde o satisface una necesidad. También incluye la

capacidad de buscar ayuda de un tercero para cumplir este rol, cuando el individuo tiene conciencia de no poseer esta habilidad.

Iniciativa:

Hace referencia a la actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Es la predisposición a actuar en forma proactiva y no sólo pensar en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado, hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de problemas.

Temple:

Serenidad y dominio en todas las circunstancias. Implica otras competencias como prudencia y fortaleza. Es la capacidad para justificar o explicar los problemas surgidos, los fracasos o los acontecimientos negativos. Implica seguir adelante en medio de circunstancias adversas, no para llevar a la empresa a un choque o fracaso seguro, sino para resistir tempestades y llegar a buen puerto.

2.2.1.18 Los programas de emprendedorismo en el Perú

SINEACE (2014, p. 52) señala como ya se ha mencionado, en los últimos años, el Perú está en los primeros lugares en la actividad emprendedora mundial, registrada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Si bien esta comparación con los países más desarrollados (en donde las empresas nuevas son más productivas y competitivas, mientras que en los países en desarrollo hay un mayor número de nuevas empresas de subsistencia) y el propio puesto que ocupa pueden ser cuestionados, no hay ninguna duda de que el Perú tiene una energía empresarial popular muy importante.

Esta ha sido una de las características centrales que se han destacado en diversas investigaciones realizadas desde los años ochenta en el país. La investigación comparativa sobre empresarialidad, entre América Latina y Asia, liderada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), llega a una constatación similar; aunque no ocupa los primeros lugares, el Perú muestra una actividad emprendedora significativa. Una investigación específica sobre este fenómeno realizada por Dino Linares, también nos muestra esta misma realidad; según estimaciones de este autor, en el país se crean anualmente 100,000 nuevos negocios, lo que representa un crecimiento de 4% anual (respecto al total de empresas existentes), mayor al crecimiento poblacional y más cercano al comportamiento del PBI en años recientes. La importancia relativa del sector de micro y pequeña empresa, las nuevas empresas creadas cada año (y también su desaparición), los nuevos empresarios y empresarias que incursionan en los negocios, sobre todo los que tienen raíces andinas, hacen que nuestro país destaque en relación a otros países de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la realidad de los programas de promoción del emprendedorismo es diferente. Es decir, el fenómeno de emprendedorismo que existe en el Perú es muy dinámico, pero no pasa lo mismo con los programas y las instituciones que lo promueven. En un estudio reciente impulsado por el BID en toda América Latina y el Caribe se llega a la conclusión de que el Perú está relativamente más atrasado que otros países de la región en lo que se refiere, a las instituciones y programas que promueven el emprendedorismo.

En el país hay varias instituciones que vienen impulsando este tema, principalmente desde el sector privado. Entre los principales programas se encuentran los siguientes:

SYSA Desarrollo Emprendedor

Es una institución, creada por Guido Sánchez Yabar hace 20 años, que se dedica a i) la formación y entrenamiento de emprendedores en los colegios públicos y privados, ii) a la consultoría y asesoría de empresas e instituciones que trabajan con las Micro y Pequeñas Empresas (MYPs) en el Perú y otros países de América Latina, iii) apoyan la profesionalización de las pequeñas empresas existentes, iv) preparan docentes y ejecutivos que fomentan la creación de empresas, v) desarrollan la cultura emprendedora en los medios de comunicación.

En el aspecto educativo tiene una colección de libros que enseñan a crear y administrar pequeñas empresas a los estudiantes de primaria, secundaria y de nivel superior. En el campo de los contenidos generan competencias emprendedoras, mejoran la administración y dirección de empresas, y forman profesionales para dar soporte al sector empresarial emergente. Han impartido sus cursos en 87 colegios nacionales y 30 colegios privados, tienen más de 300 docentes capacitados, y casi 100,000 jóvenes beneficiados.

Colectivo Integral de Desarrollo - CID

El CID fue creado en 1990, por su promotor Dino Linares. Esta institución ha sido pionera en el trabajo con emprendedores, sobre todo con los jóvenes y los sectores de menores ingresos. Su misión es mejorar tanto las competencias empresariales de los emprendedores y creadores de negocios como el entorno en el cual estos llevan a cabo sus iniciativas. De este modo, crean negocios más sostenibles en el tiempo y con mayor capacidad de generar empleo, lo cual contribuye a fortalecer el tejido empresarial local y regional. Asimismo promueve la formación de una sólida cultura emprendedora, elemento fundamental para la creación de riqueza y empleo.

Su estrategia de intervención se basa en dos niveles claramente definidos: i) Desarrollo de competencias empresariales de emprendedores y creadores de negocios trabajando directamente y en estrecho contacto con ellos. ii) Desarrollo de un entorno favorable para la creación y sostenibilidad de los nuevos negocios.

Los principales programas implementados durante sus 15 años son: i) Programa de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios, ii) Concurso: Haz realidad tu negocio, iii) Programas de reconversión laboral con énfasis en autoempleo y creación de negocios, iv) Eventos de difusión de cultura emprendedora, v) Formación de formadores, vi) Investigaciones y publicaciones, y vii) Realización de Cursos y talleres.

Junior Achievement (Worldwide)

Es una organización internacional que actualmente interviene en más de 100 países. Su misión principal es la de generar en niños y jóvenes el espíritu emprendedor que les permita insertarse en el mercado laboral a fin de mejorar su calidad de vida, lo novedoso de la propuesta que plantean es que inicien la formación empresarial en los jóvenes desde los primeros niveles de educación. Además pretenden contribuir a que la fuerza laboral futura perciba al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo.

En el Perú, Junior Achievement inició sus operaciones en 1996 y desarrollan diversos programas educativos que están dirigidos a alumnos que tengan entre 5 y 21 años. Estos Programas son implementados a través de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), y en algunos casos son impartidos por estudiantes universitarios y profesionales cuyo objetivo es proporcionar a jóvenes de escasos recursos que asisten a la educación secundaria, competencias y habilidades que les permitan insertarse en el mundo laboral, favoreciendo con ello la igualdad de oportunidades. En nuestro país este Programa se ha aplicado en varios

departamentos del país, destacando Cajamarca, Loreto, Ayacucho y Lima. Es patrocinado por instituciones como USIL y el BID.

Estos tres son programas enfocados en la población joven que cursa la Educación Básica Regular (EBR) y tienen mucha interacción tanto con instituciones educativas privadas como públicas. Las instituciones que siguen actúan más en el ámbito de la educación superior, aunque su influencia también alcanza a estudiantes de la EBR.

Somos Empresa

Es una empresa de comunicaciones con más de 20 años de experiencia en esta campo; forman parte del Grupo ACP, una corporación que tiene más de 42 años, presencia en diez países de América Latina. Se dedican a la divulgación masiva de conocimiento y motivación de la cultura emprendedora a empresarios de las micro y pequeñas empresas y al público en general. Diseñan, asesoran y ejecutan proyectos y programas de comunicación utilizando herramientas y medios específicos para cada proyecto comunicacional. Proporcionan a los emprendedores de las micro y pequeñas empresas instrumentos que les permiten crecer en forma duradera y sostenible, a través de grandes encuentros y la divulgación de contenidos útiles, sencillos y entretenidos en medios audiovisuales e impresos.

Diempresa

Escuela de Desarrollo de la Inteligencia Empresarial formada por Juan Infante, reconocido líder empresarial y social. Su modalidad educativa es la asesoría empresarial, que tiene como objetivo la solución de las dificultades y dudas que tienen los empresarios con respecto a su actividad empresarial. Es un espacio en el que se discuten problemas concretos y se definen alternativas de solución. El

servicio de asesoría empresarial reduce el margen de error en las decisiones y acelera la maduración de los proyectos. Tiene un equipo de profesionales multidisciplinario que actúa en los campos de la administración de negocios, el emprendimiento de iniciativas privadas y sociales, las comunicaciones corporativas, y la formación de liderazgo empresarial.

Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)

PROBIDE es una entidad no gubernamental cuyas acciones están orientadas a promover el desarrollo intelectual, emocional y espiritual de los jóvenes, a través de la cultura de valores empresariales. De esta manera se aporta a la erradicación del desempleo y subempleo existente en el estrato juvenil. Uno de los temas en los que PROBIDE pone mayor énfasis es en fomentar la creatividad de los jóvenes, brindándoles las herramientas necesarias para que apliquen y complementen el conocimiento que hayan podido adquirir en universidades y/o institutos.

En este contexto, PROBIDE llevó a cabo el Programa “Creer para Crear”, dirigido principalmente a jóvenes que tengan iniciativas empresariales pero que encuentran dificultades para implementarlas (debido básicamente a la falta de financiamiento y de asesoría técnica). De esta manera, el Programa alienta la creatividad de los jóvenes para la generación de su propio micro o pequeñas empresas.

Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Universidad Católica, CIDE-PUC

Esta institución fue creada por el Consejo Universitario de la Pontificia Universidad Católica del Perú en julio de 1995, con la intención de contar con un centro dedicado a fortalecer los vínculos entre la formación, la innovación y el

emprendimiento. Su misión es promover y generar innovaciones y empresas desde la universidad, dedicándose a fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechen la formación y conocimientos desarrollados en la PUCP, para la creación de empresas que generan bienes y servicios con valor agregado, y además apoya la introducción de éstas en los mercados nacional e internacional.

El sesgo que tiene el CIDE es el de promover la generación de empresas de base tecnológica, tanto para la producción de bienes como de servicios. La experiencia mundial muestra que existe un porcentaje alto de estudiantes con espíritu emprendedor, con capacidad de generar sus propias fuentes de trabajo: jóvenes con buenas ideas, pero que debido a problemas de planeamiento o estructuración organizacional, dejan de desarrollar sus proyectos empresariales.

Para lograr su misión se apoyan en dos grandes pilares: i) Promoción y fomento del Emprendedorismo (entrepreneurship), y ii) Promoción y fomento a la innovación.

Su filosofía es considerar que de la conjunción de los emprendimientos e innovaciones se obtienen empresas de alto potencial de crecimiento, que serían las empresas con mayor potencial de éxito.

Los instrumentos que emplean son: i) Incubadora de empresas, ii) Asesoría y seguimiento de planes de negocio, y iii) Acompañamiento de la empresa incubada.

Universidad del Pacífico

La Universidad del Pacífico (UP) es una institución privada y plenamente autónoma, sin fines de lucro, especializada en la formación académica en

economía y gestión institucional y empresarial. Aspira a contribuir al desarrollo económico y el bienestar social del Perú en el contexto de un mundo crecientemente interconectado, globalizado y competitivo.

La Universidad tiene un Programa para empresarios que ha sido especialmente diseñado para todas aquellas personas que buscan ampliar o actualizar sus conocimientos en la gestión empresarial, para lograr el crecimiento de su empresa. Es objetivo de este programa brindar una perspectiva integral de la problemática empresarial, así como de la visión y concreción de oportunidades de negocio. Se exige a los alumnos de administración que creen una empresa desde cero, y la gestionen durante unos meses como condición para otorgarles su título profesional.

Universidad-ESAN

La Universidad ESAN (*Escuela de Administración de Negocios para Graduados*) cuenta con un Centro de Desarrollo Emprendedor, que brinda formación integral en emprendedorismo, ayuda en la creación de nuevas empresas, a las que brinda soporte en sus primeras etapas. ESAN también es el socio peruano de GEM: Global Entrepreneurship Monitor, una iniciativa mundial de apoyo al emprendedorismo, liderada por la London School of Economics, del Reino Unido, y por Babson College de Massachusetts, Estados Unidos. Esta iniciativa mide el desarrollo emprendedor en muchos países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo, y publica un informe anual con sus hallazgos.

Incubadora de Empresas de base tecnológica de INICTEL

La incubadora de empresas creada por el Instituto Nacional de Investigación y Capacitación en Telecomunicaciones (INICTEL), asimilada a la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), es concebida como un ambiente propicio para incentivar el emprendimiento, creación y desarrollo de ideas de negocio con potencial de convertirse en empresas innovadoras y competitivas, que hagan uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en mercados tecnológicos. De esta forma busca promover la I+D en el Perú, con empresas que se dediquen a la producción y exportación de productos tecnológicos y sobre todo conocimiento.

La estrategia de incubación se basa en el uso de sitios web, sistemas de información y administración, que le permiten la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras y potencialmente competitivas en el mercado, con estrategias gerenciales que se fundamentan en el uso intensivo de TIC como diferenciador, apoyados por el desarrollo de un eficaz plan de negocios. La combinación de incubación virtual con la incubación intramuros en un ambiente físico, para los casos de asesorías, talleres y charlas con ponentes de prestigio, le permiten una interacción eficaz entre empresas incubadas y la incubadora.

Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)

La USIL es una de las universidades de reciente creación (1995) de las que existen en Lima. Se caracteriza por ofrecer una formación profesional con una orientación claramente empresarial. Ofrece diversas carreras (como administración de turismo, administración hotelera, arquitectura, arte y diseño gráfico, ciencias de la comunicación, derecho, economía y educación) en las cuales se busca formar profesionales con capacidad para gestionar empresas.

Si bien ahora muchas universidades participan activamente en la promoción del emprendimiento juvenil (a través de incubadoras de negocios principalmente), en el caso de la USIL este componente está presente desde sus inicios. Así, la oferta que esta universidad quiere transmitir a los alumnos se basa en la promesa de una formación de primer nivel, carreras orientadas hacia los negocios y el empleo de modernidad y tecnología de avanzada para la enseñanza.

Red de Colegios Fe y Alegría

Esta red inició sus actividades en el año 1966, hoy cuenta con 161 planteles en barrios urbanos marginales y zonas rurales, para los niveles de inicial, primaria y secundaria; incluye también Centros de Educación Ocupacional (CETPRO) e Institutos de Educación Superior Tecnológica (IST), en actividades y áreas de mayor demanda en el sector productivo local.

Desde la primaria se pone en contacto a los niños con la tecnología y se fomenta su creatividad y curiosidad por la investigación, a través de los programas Tarpuy y Lego. En secundaria se les capacita, en forma dual (teórica y práctica) en las actividades productivas más importantes, como es el caso de confecciones de prendas de vestir, ebanistería, carpintería metálica, ofimática, electricidad y electrónica, industrias alimentarias, joyería, mecánica, agropecuaria, artesanía, entre otras.

Al mismo tiempo se les promueve el espíritu empresarial, creando una cultura empresarial, que junto con los conocimientos y las prácticas de manejo de tecnologías, permitirán una mejor inserción en los mercados laborales locales. En el nivel de la educación superior la red de colegios de Fe y Alegría cuenta con

cuatro IST en operación, en cuatro departamentos del país; tiene en trámite, dos en Lima y uno en Ayacucho.

Perú Incuba

En febrero del 2006, ante la proliferación de proyectos y programas que impulsaban la creación de empresas, nace la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas Perú incuba, que es una Asociación Civil sin fines de lucro, constituida por 11 instituciones, universidades e institutos superiores del ámbito nacional, ubicadas en Arequipa, Cuzco, Huancayo, Lima, Piura y Trujillo.

La misión de esta organización es fomentar, representar y agrupar de manera gremial a las incubadoras de empresas peruanas, promoviendo el desarrollo nacional a través del impulso al surgimiento y consolidación de empresas que desarrollen o hagan uso de la tecnología, y promoviendo la relación entre la academia, el Estado y la actividad empresarial.

Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo - CAPLAB

Ejecuta proyectos financiados por FONDOEMPLEO para la capacitación de jóvenes en competencias emprendedoras, con el objetivo de poner en marcha pequeños negocios que signifiquen reales oportunidades para los jóvenes de 18 a 29 años de edad. Estos proyectos se están realizando en los departamentos de Tacna, Moquegua, Cajamarca, La Libertad y Ancash. La capacitación incluye el desarrollo de las ideas de negocio, la evaluación de planes de negocio, capital semilla, asistencia técnica y acompañamiento en las fases iniciales de la empresa.

Centros Rurales de Formación en Alternancia - (CRF)

Es una modalidad educativa impulsada por el Ministerio de Educación (MINEDU) desde el año 2003, en las zonas más pobres y apartadas del país, en

las regiones amazónicas y alto andinas, donde no hay instituciones educativas de nivel secundario.

En ellos se brinda una formación armónica e integral a los jóvenes rurales en el campo técnico, empresarial y humano. Busca el desarrollo sostenido y el bienestar integral de la comunidad.

Esta modalidad consiste en la organización de la formación en espacios y tiempos diferenciados, alternando períodos en el centro y períodos en el medio socio-profesional y familiar, varía su duración de acuerdo a las peculiaridades de cada región, siendo la más generalizada la de dos semanas por dos semanas (fórmula 15/15). Los estudiantes procedentes de diferentes lugares conviven en el centro bajo la orientación de los docentes especialmente seleccionados y capacitados, realizan trabajos de estudios en equipo, en todas las áreas del currículo nacional, proyectos técnico productivos y visitas guiadas a empresas.

Esto permite que los alumnos al regresar a su comunidad con un plan de investigación, participen en sus faenas de campo, el hogar y su comunidad, impulsando mejoras para alcanzar mejores resultados. Así, los CRFA contribuyen con un mejor nivel de formación personal en zonas rurales, apoyados por los padres de familia, los Gobiernos Regionales, Direcciones Regionales de Educación, Unidades de Gestión Educativa Local y organismos de la sociedad civil. En la actualidad llegan aproximadamente a 60 los CRFA distribuidas en diferentes departamentos, a 300 docentes y a 3000 estudiantes.

Si bien es cierto que hay otras instituciones dedicadas a fomentar el emprendedorismo en el Perú, sobre todo en los departamentos del interior del país, estas son las que tienen una mayor experiencia y trayectoria.

2.2.1.19 Los programas de emprendedorismo en América Latina

SINEACE (2014, p. 61) señala que las relaciones entre emprendedorismo, innovación y pequeña empresa con el desarrollo económico y social son demasiado fuertes como para que algún país del mundo las pase por alto. Existe un consenso universal de que el emprendedorismo está entre las principales causas del crecimiento económico, la creación de riqueza y bienestar de la población. Por lo tanto, no puede extrañar a nadie que todos los países, prácticamente sin excepción, tienen programas de apoyo y fomento de la empresarialidad, especialmente los países más desarrollados y los países más exitosos.

En América Latina también existen múltiples experiencias de promoción y desarrollo del emprendedorismo. Si bien esta región ha empezado un poco más tarde que los países desarrollados en este campo, indican una gran voluntad, tanto en el sector público como del privado. A continuación presentamos una selección de los principales programas de apoyo al emprendedorismo en los países más significativos de la región:

Argentina

Proyecto de jóvenes emprendedores rurales

Proyecto implementado por la Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentos, tiene por objetivo organizar y capacitar a los jóvenes del sector rural para el autoempleo asociativo en los sectores agroalimentarios, agroindustriales, turísticos y de servicios a la producción. Funciona a través de la Red de Centros de Desarrollo Emprendedor en 14 estados de Argentina, donde un encargado asiste a los jóvenes emprendedores, con

capacitaciones y asesorías. Al interior de las redes se incluye fuentes de crédito al que los jóvenes de 18 a 35 años pueden acceder.

Programa Pioneros

El programa busca que jóvenes de 16 a 19 años logren desarrollar capacidades emprendedoras mediante capacidades creativas, liderazgo, comunicación, fomentando la creación de sus propios negocios.

Programa “Primer paso”

El gobierno de Córdoba, Argentina, impulsó este programa en el que se realizaron más de 70 cursos de capacitación en cuatro años, a jóvenes entre 18 a 25 años, con cursos como gestión, metodologías y de especialización técnica. Ha realizado acuerdos con las siguientes entidades: Universidad Blas Pascal, Consejo del Menor, ONGs vinculadas a la discapacidad, Centros de Desarrollo Regional de la Provincia de Córdoba, Administración Federal de Ingresos Públicos, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, Municipalidad de Córdoba, Agencia de Desarrollo Económico de Córdoba, Fundación de Empresas, BID/FOMIN, Aseguradora de Riesgos del Trabajo. Se favoreció la coordinación con aproximadamente 6,000 MYPS. El programa permitió la capacitación de jóvenes a las MYPS proporcionando una fuerza de trabajo subsidiada.

Brasil

Programa Emprendorismo de Joven Rural

El Centro de desenvolvimiento do Joven Rural (CEDEJOR) trabajo desde el año 2000 en la formación de competencias humanas, técnicas y gerenciales, iniciando a los jóvenes en una actitud emprendedora y procurando que sus negocios rurales sean fuentes sustentables de generación de ingresos mejorando su calidad de vida. Para ello dan capacitaciones de carácter técnico-gerencial focalizadas en la mejora de las

“prácticas habituales agrícola y no agrícola” así como el fomento de redes de autoayuda e integración a los mercados regionales.

Programa de Incubadora de empresas SEBRAE

El Servicio Brasileño apoyo a los micro y pequeñas empresas (SEBRAE), fundado en 1972, desarrolló programas de apoyo en todo Brasil a tres sectores de micro y pequeñas empresas; tanto para las que recién empiezan, los que tienen una antigüedad menor de dos años y las que tienen una antigüedad mayor a dos años, en las diferentes actividades productivas y servicios.

Como logros se muestra que las empresas que son apoyadas tienen una tasa de mortalidad promedio de 20%, dependiendo del sector, mientras que las que no son apoyadas es de 80%. También brinda información sobre mercados, acceso a créditos, y formación de redes.

Chile

Desafío Joven

El programa apoyado por Shell SAC, busca fomentar en los jóvenes el espíritu emprendedor, enseñándoles a crear un plan de negocios, y permite que lo “mentors” guíen a los jóvenes de 18 a 28 años. En la convocatoria de 2008 se presentaron 265 postulantes, de los cuales fueron aceptados 113 con un promedio de edad entre 25 a 26 años. Estos jóvenes recibieron asesorías de 150 profesionales. Al final del programa fueron seleccionados cuatro ganadores. El programa en Latinoamérica sólo se replica en Argentina y Brasil.

Programa Emprendedor

La Universidad de Antofagasta y la Fundación Juventud Emprendedora en su programa piloto de 2008 capacitaron a 54 jóvenes de edad escolar, entre 16 y 19 años, mediante conferencias, charlas y seminarios impartidos por los estudiantes de la universidad a

sectores de bajos recursos de Antofagasta. Luego esta experiencia fue replicada en escuelas de Antofagasta.

Colombia

ANDI del futuro - Jóvenes emprendiendo por Colombia

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, a través del proyecto, busca desarrollar capacidades en los jóvenes de Bogotá, Medellín, Bucaramanga y ciudades del eje cafetero. Realizan concursos y premiaciones anuales. Para participar es necesario ser miembro de la Asociación. Trabajan en cuatro comités: de comunicaciones, de prácticas, de información y empresarial. El objetivo es descentralizar la actividad emprendedora.

Fundación Jóvenes Empresarios JEMCOL

El programa se ha iniciado en 2003 y es acreditado por Youth Business International, la Fundación Mario Santo Domingo y la Fundación Impulsar. Busca dar consejería y asesoría, así como facilitar el acceso al financiamiento a jóvenes emprendedores, así, se tiene como resultado que en el año 2007 fueron apoyados 73 jóvenes, con una tasa de supervivencia de sus negocios de 80%. En el año 2009 capacitaron a 300 jóvenes.

Programa Fondo de Desarrollo Emprendedor

El Fondo de Desarrollo Emprendedor se orienta a emprendedores mayores de 18 años que al momento de la inscripción estén graduándose de una universidad o un instituto técnico o tecnológico acreditado por el Ministerio de Educación; emprendedores que al momento de la inscripción estén cursando como mínimo los últimos años de universidad o último año en un instituto técnico o tecnológico; emprendedores que tengan una empresa en funcionamiento con un máximo de 18 meses.

México

Conocer PYME

El gobierno de México brinda información para las pequeñas y medianas empresas de los sectores como industria, servicios, y comercio, brindando capacitación, transferencia y asesoría de tecnología, asistencia en la gestión.

Joven Emprendedor Rural

La Secretaría de la Reforma agraria busca capacitar a jóvenes en temas de gestión y fortalecimiento de redes y en la adquisición de nuevas tecnologías; funciona en el ámbito nacional para jóvenes entre 18 a 39 años. El proyecto iniciado en el 2005 se diseñó hasta

2010. En el 2006 fueron 4.567 beneficiarios, en 2005 fueron 1.213 y en 2004 fueron 800.

Se busca que los jóvenes del ámbito rural puedan adquirir o rentar tierra pública y recibir asistencia técnica y capacitación en generación de negocios agrícolas.

México Emprendedor

Civilización emprendedora, institución que ejecuta el programa, es una asociación civil, que creó un portal en la Web para facilitar información relacionada con los programas y líneas de apoyo; menciona como uno de sus logros la creación de una empresa en cinco minutos. Uno de los puntos esenciales es el de acceder a las redes de negocios y capacitaciones a nivel nacional.

A continuación se presenta un cuadro con estos y otros programas de apoyo y fomento del emprendedorismo en América Latina, incluyendo algunos países de desarrollo económico menor, como es el caso de Ecuador, Bolivia, Uruguay y Panamá.

Tabla 1

Proyectos de fomento de la empresarialidad en Latinoamérica.

País	Nombre del proyecto	Agencia ejecutora	Acciones
Argentina	Jóvenes Emprendedores	Asociación Damas Salesianas Argentinas	Fomento de idea de jóvenes en edad escolar para generación de

			emprendimientos transformando su vida y la de sus congéneres
	Nuevas empresas de jóvenes orientadas al crecimiento en el Gran Buenos Aires	Fundación General Pacheco	Formación de emprendedores Redes y servicios de apoyo
	Promoción de microemprendimientos juveniles	Fundación Impulsar	Integración de los jóvenes de 18 a 30 años al sector productivo Apoyo con créditos
	Emprendiendo con los jóvenes	Ministerio de Desarrollo Social en asociación con: Asociación Granja Siquem Asociación Empezar Mendoza Asoc. Mujeres Clorindenses Centro Ecuménico Poriájhú Fundación Crear desde la Educación Popular Fundación Crear Vale la Pena Fundación de Organización Comunitaria FOC Fundación Otras Voces Fundación Sustentabilidad Educación Solidaridad (SES)	Desarrollar las capacidades emprendedoras de jóvenes en las localidades participantes
Bolivia	Desarrollo local y la formación microempresas rurales proveedoras de servicios	Food For The Hungry International	Establecimiento de una cadena de negocios rurales
País	Nombre del proyecto	Agencia ejecutora	Acciones
Brasil	Proyecto de Apoyo al Desarrollo de Microcrédito Productivo para Jóvenes Emprendedores	Agencia Nacional de Desarrollo Microempresarial	Financiamiento productivo del primer emprendimiento de jóvenes
	Proyecto INNOVA	Financiadora de Estudios y Proyectos Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP)	Busca desarrollar emprendimientos de base tecnológica con instrumentos de financiamiento con acciones como capital de riesgo.
Colombia	Promoción de la empresarialidad entre jóvenes colombianos	Fundación Corona	Educación y formación de emprendedores Concursos de planes de negocio Oportunidades de negocios Redes y servicios de apoyo Difusión y Evaluación
Chile	Fortalecimiento Fondo Esperanza	Fundación Hogar de Cristo	Mejoras a través de capacitación a las instituciones de microcrédito
	Enlace Agrícola	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) Chile	Fomento de empresas agrícolas a jóvenes entre 18 a 30 años en producción, transformación y servicios conexos.
	Apoyo a la microempresa juvenil	Movimiento Laico para América Latina	Apoyo a jóvenes de Santiago y alrededores, brinda acceso a nuevas fuentes de financiamiento, asesorías e información y facilitación de acceso a redes de negocios a los jóvenes.
	Promoción del voluntariado para promover las microempresas	Acción emprendedora	Crear y expandir competitividad y oportunidades para microempresarios rurales indígenas

Ecuador	Apoyo a la Corporación indígena del Ecuador	Corporación Empresarial Indígena	Reducir los índices de violencia familiar fortaleciendo las capacidades locales
México	Red de microempresarios indígenas a través de turismo rural	Red de Turismo de México	Apoyo a emprendimientos en turismo vivencial y rural
Panamá	Desarrollo capacidad empresarial para nuevos emprendedores	Empretec Panamá	Educación y formación de emprendedores
Perú	Promoción de nuevas empresas juveniles en Perú	Fundación Probienestar y Desarrollo - PROBIDE	Educación y formación de emprendedores y concursos de creación de planes de negocios y acceso a redes y servicios
	Formación de jóvenes emprendedores	Junior Achievement Perú	Educación y formación Programa Junior Achievement
Uruguay	Start up de empresas de tecnologías de la información	Laboratorio Tecnológico del Uruguay	Generación de planes de negocios y acceso a redes y servicios de apoyo
	Desarrollo de la capacidad empresarial	Endeavor	Educación y formación de emprendedores

Fuente: Villarán, Fernando, coord. (2001).

Como se puede observar en la tabla 1, se trata de una gama muy amplia de programas, proyectos e iniciativas de apoyo y fomento al emprendedorismo; demuestra que no hay una fórmula definida ni uniforme en los países de la región.

2.2.1.20 Los programas de emprendedorismo en los países desarrollados

SINEACE (2014, p.67) menciona los diversos programas de emprendedorismo de los países desarrollados, en el siguiente orden:

Estados Unidos de Norteamérica

La primera potencia económica y militar del mundo tiene muchos programas e instituciones de apoyo al emprendedorismo (*entrepreneurship*); algunos de los principales se presentan a continuación:

A nivel de Gobierno:

Business.gov: Este programa está dirigido por la Administración de la Pequeña Empresa, en inglés: U.S. Small Business Administration (SBA), en asociación con otras 21 agencias federales. Esta asociación, conocida también como Business

Gateway, es parte de la Iniciativa Presidencial para el E-government (o gobierno electrónico) y brinda información a todos los negocios pequeños en Estados Unidos.

SCORE: Counselors to America's Small Businesses: Es un programa dedicado a brindar educación, capacitación y asesoría, a los emprendedores y dueños de pequeños negocios en Estados Unidos.

Small Business Administration (SBA): es la principal agencia norteamericana dedicada a la promoción, apoyo y defensa de las pequeñas empresas en Estados Unidos. Su misión incluye defender la libre competencia en el mercado, facilitar el clima apropiado para la pequeña empresa y asegurar que se mantenga como el motor del crecimiento económico del país; y al mismo tiempo ser una fuente de oportunidad de progreso para todos los norteamericanos.

A nivel del sector privado:

Centro Internacional de la Empresa Privada (Center for International Private Enterprise CIPE): Institución afiliada a la Cámara de Comercio de Estados Unidos; trabaja en 1000 ciudades del país y en 100 países del exterior apoyando a emprendedores.

Consejo de la Competitividad (Council on Competitiveness): Es una institución en la que participan líderes de las grandes empresas, presidentes de universidades y dirigentes laborales. Tiene por objetivo impulsar la competitividad del país con especial énfasis en la promoción de nuevas empresas dinámicas.

Endeavor: Esta entidad se concentra en apoyar a empresas emergentes con alto contenido de innovación tecnológica; es decir, el segmento que tiene el mayor impacto en la generación de empleo y desarrollo local. Opera no sólo en Estados Unidos sino también en diversos países del mundo.

Organización de Emprendedores (Entrepreneurs Organization - EO): Fundada hace 20 años por emprendedores jóvenes, hoy día es una organización con más de 6000 miembros y opera en 38 países impulsando el emprendedorismo.

Innovate América: es la iniciativa del Concejo de la Competitividad orientada específicamente a la innovación y a los jóvenes emprendedores.

La Fundación Nacional para la enseñanza del emprendedorismo (The National Foundation for Teaching Entrepreneurship NFTE): se especializa en apoyar a jóvenes de menores ingresos en crear y mejorar sus pequeños negocios. Tiene nueve oficinas en todo Estados Unidos.

Asociación de Emprendedores Urbanos (Urban Entrepreneur Partnership): Incentiva y apoya a emprendedores de las minorías sociales y étnicas en Estados Unidos.

Finlandia

Es el país que durante los últimos años ha mostrado la mejor educación en el mundo al haber ganado en forma reiterada las pruebas PISA, por lo tanto hay que mirarlo con atención. Los principios guía para establecer la política educativa en Finlandia son: calidad, eficiencia, equidad e internacionalización. El Ministerio de Educación es la autoridad más alta en materia educativa. Supervisa la educación primaria, secundaria general, la formación profesional brindada por los politécnicos y la universidad, así como la educación de adultos. El régimen educativo finlandés se compone de nueve años de educación básica (enseñanza general), incluyendo un año no obligatorio de pre-primaria; la enseñanza secundaria superior, que comprende la educación general y vocacional; y la educación superior, ofrecida por las universidades y las escuelas politécnicas. Después de la escuela secundaria superior, los estudiantes continúan sus estudios en las universidades, escuelas politécnicas o instituciones profesionales.

El emprendedorismo ha sido un objetivo para el Ministerio de Educación de Finlandia. En 1994 estableció una educación que hace hincapié en actitudes positivas, conocimiento básico y habilidades empresariales, así como en el desarrollo de capacidades para aplicar modos operacionales emprendedores.

La aplicación de la política educativa a favor del emprendedorismo se puede percibir en los siguientes ejemplos:

Empresas simuladas: Son usadas en educación secundaria en todo el país. Se simulan empresas reales que permiten a los estudiantes adquirir competencias empresariales. Un dato interesante es que la currícula del curso es reemplazada por un plan de negocios. Es en la elaboración de este plan que los estudiantes tienen como socio para su elaboración a empresas reales –del sector en el que sus ideas pretenden desarrollarse–, donde ellos adquieren competencias prácticas.

Entrenamiento de profesores. Establece la necesidad de un pre entrenamiento obligatorio de los profesores, para poder adquirir competencias emprendedoras que puedan ser transmitidas a los estudiantes.

Las competencias adquiridas por los estudiantes producto de los programas de emprendedorismo dentro del currículo educacional finlandés incluye:

Actuar con un espíritu emprendedor y de iniciativa.

Actuar de manera innovadora y con perseverancia en el logro de una meta.

Evaluar sus propias acciones y su impacto.

Conocer la vida laboral y la actividad empresarial.

Ser proactivos, estar familiarizado con las diferentes oportunidades de emprendimiento.

Para el 2016, el Ministerio de Educación finlandés tiene previsto que la educación emprendedora se haya afianzado como una parte sólida y un componente más fuerte del currículo educacional; para entonces espera la integración entre la educación, estrategias comerciales y los planes de desarrollo locales. Para cumplir este objetivo se presta apoyo financiero a las escuelas con la finalidad de que dicho ministerio cumpla las metas establecidas.

Australia

El Consejo ministerial de Educación, Empleo y Entrenamiento de Australia considera que la educación actual debe estar acorde con los cambios suscitados a nivel mundial, tales como:

La integración global y la creciente movilidad estudiantil.

El auge económico de nuevas potencias económicas como la India y China.

La globalización y el cambio tecnológico.

Medio ambiente complejo por presiones sociales y económicas.

Rápido crecimiento de las tecnologías de la información.

Para ello propone que la forma de proveer una alta calidad de vida a sus ciudadanos, es mediante una educación que brinde habilidades y conocimientos para competir en una economía global mediante la innovación.

En el siglo XXI la capacidad de Australia para proveer una alta calidad de vida dependerá de su habilidad para competir en la economía global basada en conocimiento e innovación. La educación equipa a los jóvenes con el conocimiento, la comprensión, las habilidades y los valores para aprovechar con ventaja la oportunidad y encarar los desafíos de esta era con confianza. (Declaración de Melbourne sobre Metas educativas para los jóvenes australianos 2008). En la Declaración de Melbourne (2008), documento

que guía los objetivos de educación de Australia, se señalan los objetivos educacionales para desarrollar una educación emprendedora. Estos objetivos incluyen:

Creatividad, autoconfianza, capacidad para responder a los cambios y habilidad para generar, reconocer y aprovechar oportunidades.

Preparación de los estudiantes para tomar responsabilidad sobre su propio aprendizaje, sobre su educación post secundaria y sus oportunidades laborales.

Desarrollo personal que posibilite a los estudiantes adaptarse y tomar ventajas de las circunstancias de cambio en los negocios, empleo y comunidad.

Estos objetivos indican la importancia que el Estado australiano le otorga a temas como la innovación y el emprendedorismo. El currículo educacional de Australia contiene el curso de Economía y negocios, que se enseña en los 12 años que dura la vida escolar.

2.2.1.21 Las competencias empresariales y emprendedoras

SINEACE (2014, p.72) señala que el Ministerio de Educación del Perú (MINEDU) ya ha trabajado este tema con anterioridad y por lo tanto tiene un contacto y apreciación sobre el mismo, nos parece pertinente presentar los resultados del trabajo realizado por SASE Consultores e IPAE (Instituto Peruano de Acción Empresarial) para este ministerio en el marco del Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación (MECEP) con financiamiento del Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Los objetivos de esta investigación fueron determinar las competencias necesarias para crear y gestionar micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, así como

proponer medidas para que el MINEDU pueda implementar los inicios de una educación emprendedora en la educación secundaria. Para lograr estos objetivos se hizo una encuesta en el ámbito nacional a más de 1000 MYPE, se entrevistó a 87 empresarios en actividad y se realizaron nueve grupos focales (focus groups) con diversos empresarios. Este trabajo se realizó durante 1999, año en el que también se discutieron los resultados con el MINEDU y los funcionarios del MECEP; finalmente el año 2001 se publicó el documento en forma oficial.

La primera parte del trabajo consistió en determinar las funciones que deben realizar los empresarios y empresarias de las MYPE peruanas en la conducción exitosa de su empresa. Las encuestas, las entrevistas y los grupos focales dieron cuenta de estas funciones, valoradas por los propios gestores y propietarios de las empresas.

La segunda parte del trabajo consistió en determinar las competencias, entendidas como: “la capacidad de la persona para construir y utilizar conocimiento, resolver problemas, tomar iniciativas y desempeñarse con eficacia, eficiencia y satisfacción frente a cualquier aspecto de su realidad. Incluyen tres dimensiones: el saber, el saber hacer y el ser” (tal aparece en el documento mencionado), que los empresarios y empresarias de las MYPE requirieron, tanto para crear sus propias empresas como para gestionirlas exitosamente.

2.2.1.22 Las funciones empresariales en las MYPE peruanas

SINEACE (2014, p.73) muestra la tabla 2 que presenta las funciones empresariales con los aprendizajes manifestados por los empresarios y empresarias (segunda columna), los mismos que aparecen en el orden en que fueron priorizados por los encuestados. En la tercera columna aparece el nivel de la competencia que articula el aprendizaje, que como hemos visto puede ser de tipo conceptual (saber), procedimental (saber hacer) o actitudinal (ser).

Tabla 2

Funciones empresariales y sus aprendizajes

Nº	Función empresarial	Aprendizajes (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)	Nivel que articula el Aprendiz.
1	Vender	• Buena atención al cliente	Saber
		• Ofrecer buenos precios y promociones	Saber
		• Creatividad en las ventas y la publicidad	Ser
		• Ofrecer productos o servicios de calidad	Saber
		• Conocer el mercado	Saber
		• Capacidad de convencer y comunicarse	Ser
		• Responsabilidad y cumplimiento	Ser
		• Voluntad de mejorar e invertir (en infraestructura y publicidad)	Ser
		• Formar un buen equipo de ventas	Saber hacer
		• Ofrecer variedad y novedades	Ser
2	Liderar (en la empresa y la comunidad)	• Reactivación de la economía (estar al tanto)	Saber
		• Responsable / cumplido	Ser
		• Arriesgado / emprendedor	Ser
		• Perseverante / afán de superación	Ser
		• Creativo / innovador	Ser
		• Dirigir grupos humanos / liderar	Ser
		• Comunicativo / negociador	Ser
		• Tener conocimiento / información	Saber
		• Crear identificación con la empresa	Ser
		• Generar ética colectiva / valores	Ser
		• Tomar decisiones oportunas y acertadas	Ser
		• Motivar al personal	Ser
		• Tener respeto por los trabajadores	Ser
		• Inspirar confianza y cumplir su palabra	Ser
		• Seleccionar personal competente	Saber hacer
		• Saber transmitir ideas y propuestas	Ser
		• Tomar decisiones acertadas	Ser
		• Capacitar permanentemente al personal	Saber
		• Ser abierto y proclive a la participación	Ser
		• Capacidad para negociar con trabajadores	Ser
		• Delegar responsabilidades	Saber
Nº	Función empresarial	Aprendizajes (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)	Nivel que articula el Aprendiz.
3	Organizar	• Buenas relaciones con proveedores	Ser
		• Aprovechar al máximo los recursos disponibles	Saber hacer
		• Registrar precios, costos y ganancias	Saber hacer
		• Dominar los aspectos contables	Saber hacer
		• Realizar gestiones y trámites	Saber hacer
		• Experimentar nuevos modelos de organización	Saber
		• Elaborar documentos e informes	Saber
		• Conocer y aplicar leyes (impuestos)	Saber hacer
		• Tener orden y presentación	Ser
		• Ser responsable / puntual	Ser
4	Producir	• Buscar tecnología apropiada	Saber
		• Producir productos y servicios de calidad	Saber
		• Crear nuevos productos y servicios	Saber
		• Contar con personal calificado y motivado	Saber hacer
		• Uso adecuado de maquinaria y equipos	Saber
		• Estimular la calidad en los procesos productivos	Ser

		• Tomar decisiones oportunas para obtener.	Ser
		• Organizar métodos y sistemas eficientes	Saber
		• Pensar en el cliente	Ser
		• Mayor inversión de capital	
5	Planificar y evaluar	• Conocer y evaluar a la competencia	Saber
		• Aplicar creatividad en planes y estrategias	Ser
		• Realizar seguimiento del rendimiento	Saber hacer
		• Buscar y evaluar nuevos mercados	Saber
		• Sensible a las nuevas tendencias	Ser
		• Generar y controlar procesos	Saber
		• Buscar y evaluar nuevas tecnologías	Saber
		• Buscar y decidir alianzas convenientes	Saber
6	Innovar	• Generar novedades	Ser
		• Actualizarse constantemente	Saber
		• Promover la creatividad	Ser
		• Conocer información sobre avances tecnológicos	Saber
		• Abierto a lo nuevo	Ser
		• Disposición para invertir en equipos e instalaciones	Ser
7	Manejar Finanzas	• Cumplir con obligaciones	Ser
		• Tener capacidad de negociar y renegociar	Ser
		• Ser creativo en la administración de recursos	Ser
		• Tener credibilidad / proyectar seguridad	Ser
		• Seleccionar fuentes de crédito	Saber
		• Elaborar e interpretar estados financieros	Saber

Fuente: Villarán, Fernando, coord. (2001). *Op. cit.*, p. 34-35.

Cada una de estas funciones empresariales es relevante para el desempeño exitoso de los empresarios y empresarias, sin embargo el grado de conciencia y dominio que ellos tienen sobre las mismas varía. Algunos empresarios son fuertes en ventas y otros lo son en producción, dependiendo también de la actividad a la que se dedican. De todas formas, se requiere un dominio mínimo de las siete funciones para poder asegurar el máximo de posibilidades de éxito.

En esta parte del trabajo realizamos el ejercicio de identificar cuál de las tres dimensiones (saber, saber hacer o ser) era la que articulaba el aprendizaje en cada caso. Este ejercicio no fue fácil y está sujeto a cierto nivel de controversia, pero lo consideramos útil para identificar la naturaleza del aprendizaje y para orientar el esfuerzo de transformarlas en contenidos educativos.

A lo largo del trabajo se pudo observar una presencia importante de aprendizajes de tipo actitudinal, es decir, que corresponden al nivel del ser. Esta constatación es congruente con nuestras hipótesis de trabajo, pues las características principales de empresarios y

empresarias tienen mucho más que ver con este tipo de cualidades personales que con conocimientos puros o teóricos. No existe empresario sin el deseo y la voluntad de llevar algo adelante, de vencer las dificultades, de perseverar a pesar de los problemas y fracasos, de convencer a sus socios y clientes, de comprometer a su personal, de proyectar una imagen de confianza y seguridad a financistas y proveedores, de derrochar y promover la creatividad; todas ellas, cualidades y actitudes absolutamente personales.

Luego están los aprendizajes con predominio de la dimensión cognoscitiva (saber).

Mantienen una importancia que nadie duda dentro de la actividad empresarial. Es probable que la actual oferta educativa, principalmente la que se da a nivel técnico y universitario, permita pensar que estos aprendizajes estén parcialmente cubiertos. De todas formas, es dudoso que el solo dominio de los temas y contenidos teóricos sobre la actividad empresarial convierta a los poseedores de este conocimiento en empresarios.

Los aprendizajes con predominio de la dimensión procedimental o de manejo de tecnologías (saber hacer), que por supuesto son importantes y que se encuentran en cada uno de ellos, están en tercer lugar. Estos resultados corresponden con las hipótesis que estábamos manejando, puesto que el tipo de requerimientos para el buen comportamiento empresarial son más de carácter general, aplicable a todas las actividades económicas y ramas productivas, y no de carácter específico para cada actividad económica específica.

2.2.1.23 Las competencias empresariales en las MYPE peruanas

Tal como lo señala el SINEACE (2014, p.75) a las competencias generales empresariales se ha llegado por dos caminos paralelos. Por un lado, se ha utilizado las funciones empresariales, a través de las cuales hemos desagregado con los empresarios

y empresarias los aprendizajes (conocimientos, capacidades y actitudes) necesarios para cada una de ellas. En este conjunto de aprendizajes descubrimos patrones comunes (todas las funciones necesitan buena comunicación, por ejemplo) que nos llevaron a una primera aproximación de las competencias. Por otro lado, preguntamos de manera directa a los empresarios y empresarias, tanto en las entrevistas como en los grupos focales y la encuesta, qué pensaban de un conjunto de competencias que les presentamos como hipótesis de trabajo. En este caso, ellos confirmaron algunas, mejoraron otras y plantearon también algunas nuevas. El resultado de este proceso de aproximaciones sucesivas son las competencias generales necesarias para crear y gestionar exitosamente pequeñas y micro empresas que presentamos a continuación:

Tiene capacidad de comunicación fluida y empática, lo que optimiza el servicio al cliente, la satisfacción del personal y las buenas relaciones con los proveedores.

La primera imagen de un empresario con buen dominio en la comunicación se asocia con la función de las ventas. Sin embargo, esta competencia tiene una complejidad mayor, ya que permite el establecimiento de relaciones de confianza con los clientes, los proveedores y el personal. El mercado se basa en relaciones de intercambio de productos y servicios tangibles, lo que requiere de la buena predisposición de quienes lo realizan y eso se funda en la creación de un escenario de confianza basado en códigos de conducta comunes que se crean y potencian a través de la empatía lograda entre personas e instituciones.

Posee iniciativa y capacidad para tomar decisiones en situaciones normales o de riesgo, asumiendo permanentemente nuevos desafíos empresariales.

Uno de los rasgos con el que más gusta identificarse los empresarios, que los distingue de quienes optan por participar en el mercado laboral como empleados, es la iniciativa para asumir retos, resolver problemas y tomar decisiones. El empresario comanda un

equipo que le asigna la función de líder, guía y conductor. Para ello, el empresario competente tiene que desarrollar la capacidad de precisar tendencias, priorizar información, demostrando dominio –y vocación– por tener conocimientos actualizados que le permitan tomar decisiones para el desarrollo de su empresa. El empresario tiene la responsabilidad de trazar la ruta por la que transitará su empresa. De su visión y su capacidad para asumir y manejar situaciones de riesgo depende su sustento económico, el de sus trabajadores y la viabilidad de su negocio.

Resuelve problemas, busca permanentemente soluciones creativas, tiene una vocación por la innovación, el cambio y a la mejora continua en todos los ámbitos de su empresa.

El empresario competente siempre se enfrenta a una multiplicidad de problemas que debe resolver en su organización, los que debe resolver de manera eficaz y eficiente. Como manera de adelantarse a estos problemas, se orienta a la mejora continua en todos los ámbitos de su negocio generando dentro de su equipo un ambiente creativo que permita el permanente cuestionamiento sobre la manera de desarrollar los procesos productivos, métodos de trabajo, la presentación de los productos (incluyendo los servicios que brinda la empresa), etc. El empresario competente es sobre todo una persona que lidera un equipo que genera preguntas, problematiza lo que hace y encuentra las soluciones apropiadas. La creatividad con la que enfrenta los problemas parte de su búsqueda constante de información y de su capacidad para discriminarla y procesarla, del análisis de su competencia y de la preocupación constante por lo que ocurre en los negocios afines de los países más desarrollados. Todo ello lo complementa con el desarrollo de una sensibilidad para captar las necesidades de sus clientes y para generar alianzas con sus proveedores de insumos, tecnología, financiamiento, conocimiento.

El empresario competente también sabe imitar al líder en su rubro y contagiar a su equipo esa sensación de insatisfacción permanente que no conduce a la frustración, sino a la búsqueda de la creatividad. Esta creatividad, esta generación de respuestas

novedosas, tiene que ver con virtudes de asociación de conceptos y de información en función de las tendencias del futuro, así como con la claridad de visión que tiene acerca de lo que desea para su empresa.

Actúa en función de valores, comprometiendo las voluntades de colaboradores, clientes y proveedores, y generando una cultura empresarial propia.

A decir de la mayoría de empresarios, la competencia que marca la distinción entre quién es empresario y quién no, es ante todo su capacidad de liderar a un equipo de personas asociada a la generación de riqueza y la satisfacción de las necesidades de los clientes. Ese liderazgo puede tener peculiaridades según el momento histórico, el modelo económico, la edad del empresario, el género, su formación y experiencia vital. Lo que es inalterable es que genera, en torno a él y a la misión que ha generado para su empresa, lealtades y un compromiso que moviliza las voluntades de los integrantes de su equipo que van más allá de la retribución económica con la que premia su esfuerzo. Para iniciar un reto empresarial, el emprendedor tiene que construir una visión que, en primer lugar, le genere un compromiso consigo mismo y lo estimule a desarrollar la fuerza interior que le permita trazar la estrategia de desarrollo de un negocio, aplicarla y comprometer a su equipo en su consecución. Es a partir de ahí que aparecen las necesidades de planificar, organizar el trabajo, innovar, producir, vender, financiar, procesar información, tomar decisiones, comunicar y dirigir un equipo.

Obtiene, interpreta y prioriza información, demostrando dominio de conocimientos y destrezas necesarios para el desarrollo de la empresa incluyendo la tecnología.

Los empresarios se mueven en un mundo con muchas situaciones y variables, cada una de las cuales no solo está en constante cambio, sino que también pueden afectarlos de diversa manera. Por ello deben estar informados de lo que está ocurriendo a su alrededor, en el interior de la empresa, en su entorno más inmediato, en su zona o región de operación, en su país, en el continente y en el mundo. Con la economía cada vez más globalizada, con el avance de las comunicaciones que acortan las distancias, además de estar informados tienen que discriminar la información y los acontecimientos que pueden afectar su negocio. Muchos autores hablan de que estamos en la era de la información, y ella está cada vez más disponible a través de múltiples medios; sin embargo, estamos llegando al punto de que existe demasiada información y que es imposible asimilarla toda. Por ello, para el empresario no solo se trata de ubicar las fuentes de información sino, sobre todo, tener la capacidad para priorizarla y discriminarla. El dominio sobre las tecnologías que utiliza la empresa es una de las competencias más importantes en la medida en que son ellas las que le dan la productividad, que le permitirá ingresos más altos para él y sus colaboradores, así como las ventajas necesarias para mantenerse y avanzar en los mercados donde actúa.

Desarrolla métodos de trabajo sistemáticos, organiza las funciones y áreas de su empresa, y controla todos los procesos dentro de su actividad empresarial.

Esta competencia tiene que ver con aprendizajes específicos, técnicos y formales de administración, producción, finanzas, marketing, generalmente ajenos a los empresarios empíricos (sobre todo en los mayores de 40 años) pero cada vez más comunes entre los emprendedores jóvenes con mayor nivel de educación formal. Sin embargo, los empresarios competentes, tengan o no conocimientos formales en administración, logran desarrollar empresas organizadas con áreas definidas y métodos de trabajo sistemáticos, así como también metodologías de evaluación que les permiten reorientar los esfuerzos de su organización.

Para ello desarrollan habilidades de contratación de personal al cual le dan la confianza y responsabilidad para que actúe en aquellas áreas que no dominan, sometiéndose muchas veces a sus criterios. El empresario competente debe dominar a cabalidad las tareas que su empresa realiza para brindar un producto al cliente; diseñar una organización de acuerdo a sus fines; contratar personal adecuado asignándole responsabilidades y brindándole confianza y autoridad; generar y utilizar sistemáticamente métodos de control de los procesos productivos y del desempeño de las áreas; supervisar, capacitar y alentar al personal en el desarrollo de las tareas delegadas.

Orienta sus esfuerzos hacia la generación de riqueza y la obtención de una ganancia, tiene una vocación por el ahorro y la inversión, y actúa guiado por una racionalidad económica, planteándose constantemente metas de crecimiento.

El fin de una empresa es la generación de riqueza; y la consigna principal de un empresario es que al final de cada balance los ingresos sean mayores que los egresos y que estos se encuentren disponibles o pueda identificarlos claramente en las inversiones realizadas. Para ello, el empresario debe manejar las cuentas de su negocio de manera sistemática y ordenada, afinando los procesos de su empresa para generar sus productos al menor costo posible sin desmedro de la calidad. Asimismo, debe planificar sus inversiones adecuadamente, analizando con rigurosidad todos los factores que puedan confluir o entorpecer su recuperación. Sus decisiones se deben basar en criterios de racionalidad económica sin excluir la ética, las normas y la ley.

El manejo financiero requiere de conocimientos específicos concretos, que tienen mucho que ver con aprendizajes obtenidos en la educación formal y, que en todo caso, se suplen con una adecuada contratación de personal y diálogo con las instituciones financieras y empresariales de mayor experiencia. Muchos empresarios tienen cierta aversión a la rigurosidad que exige esta competencia y manifiestan que es su talón de

Aquiles. El criterio financiero muchas veces reprime el ímpetu, la iniciativa y la creatividad empresarial forzándolos a actuar con criterios realistas.

2.2.1.24 Análisis de la educación para el trabajo en la EBR

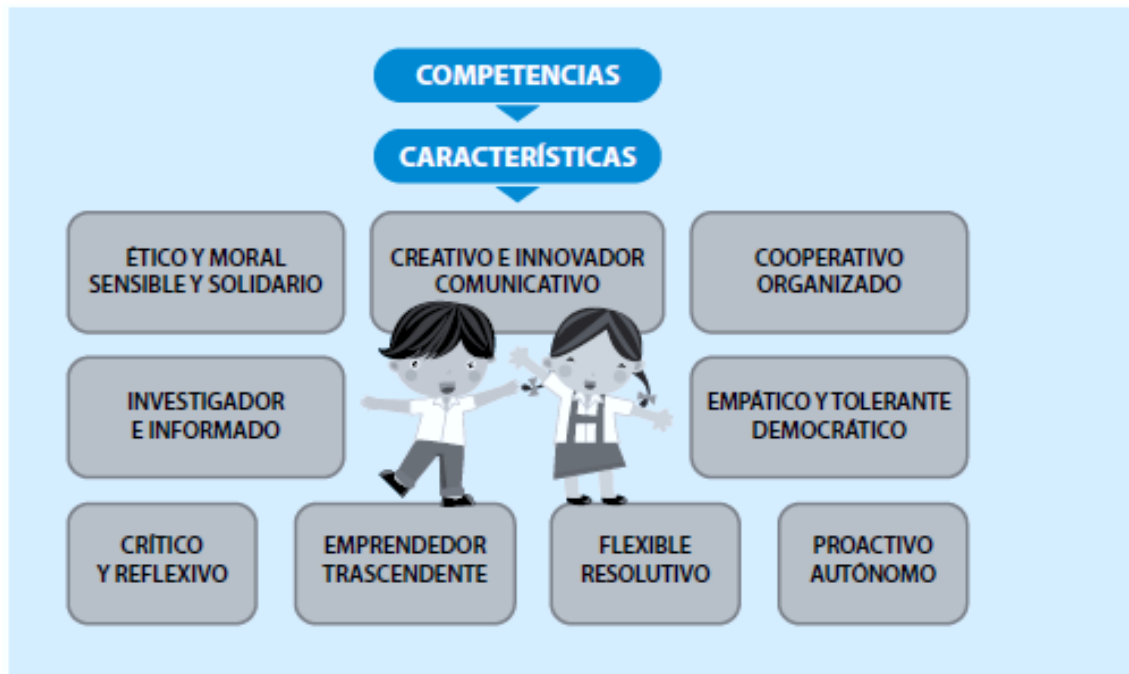
De acuerdo a lo señalado por el SINEACE (2014, p.82) los objetivos vigentes de la Educación Básica Regular (EBR) incluyen diversos aspectos de la vida económica en la que viven los estudiantes y que van a tener que enfrentar cuando salgan de las escuelas. Según el Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Regular, Ministerio de Educación, Lima, diciembre 2008, se trata de “desarrollar actividades laborales y económicas que le permitan organizar su proyecto de vida y contribuir al desarrollo del país”, también menciona “desarrollar aprendizajes en las ciencias, humanidades, la técnica, así como aquellos que permitan al educando un buen uso y usufructo de las nuevas tecnologías”. Es decir, aun en los objetivos más generales de la EBR, ya se encuentran elementos importantes de una educación emprendedora.

En cuanto a los propósitos de la EBR, también encontramos orientaciones claras que la sustentan, como es el caso del N° 8: Desarrollo de la capacidad productiva, innovadora y emprendedora como parte de la construcción del proyecto de vida de todo ciudadano.

Precisa que las instituciones educativas, en el marco de una cultura productiva, innovadora y emprendedora, deben ofrecer las oportunidades y condiciones para que el estudiante aprenda a decidir y asumir retos. Posibilitándole también la capacidad para escoger entre las opciones laborales existentes. Estas capacidades productivas y actitudes emprendedoras contribuirán a responder los retos del desarrollo local, regional y nacional en el contexto de la globalización.

Así como el propósito N° 10: Desarrollo de la creatividad, innovación, apreciación y expresión a través de las artes, las humanidades y las ciencias;

permitiendo a los estudiantes tomar conciencia sobre su identidad, la libertad, los afectos y el sentido de trascendencia, debiendo desarrollar capacidades para que les permita expresarse en contextos tan diversos como el peruano.



Fuente: Tomado de: Perú. MED. (2009). DCN EBR, p. 32.

Figura 2. Características de los estudiantes al concluir la EBR

En cuanto a las características y competencias que los estudiantes tienen que haber adquirido a lo largo de su educación básica regular, se proponen varias que se asocian estrechamente a las actividades emprendedoras como la creatividad e innovación, ser flexible, resolutivo, proactivo, autónomo, comunicativo, emprendedor y trascendente.

Una de las principales áreas de la educación secundaria, es la Educación para el Trabajo.

Ella se desarrolla a lo largo de toda la educación secundaria, es decir, empezando desde el primero hasta el quinto y último año de secundaria.

La finalidad del área de Educación para el Trabajo (EPT) es desarrollar competencias laborales, capacidades y actitudes emprendedoras que permitan a los estudiantes insertarse en el mercado laboral como trabajador dependiente o generar su propio puesto de trabajo creando su microempresa, en marco de una cultura exportadora y emprendedora.

En cada uno de los cinco años de secundaria la educación para el trabajo se organiza alrededor de tres ejes: 1) gestión de procesos, 2) ejecución de procesos, y 3) comprensión y aplicación de tecnologías. Esta última es la parte menos clara de toda el área de la Educación para el Trabajo, puede prestarse a confusiones por parte de los profesores y los propios alumnos.

En cada uno de los cinco años de secundaria, junto con las capacidades que vienen de los tres ejes mencionados se trabajan las siguientes actitudes:

Actitudes:

Muestra disposición emprendedora.

Tiene disposición y confianza en sí mismo.

Tiene voluntad y automotivación para el logro de sus metas.

Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.

Tiene disposición para trabajar cooperativamente y disposición para liderar.

Cumple con las normas de seguridad.

Valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.

Ellas son parte del núcleo central de la educación emprendedora. Esto significa que la educación para el trabajo ha evolucionado de una visión tradicional de la formación laboral para el trabajo dependiente a una visión más moderna y emprendedora.

Es decir, es posible diseñar e implementar una educación emprendedora durante la Educación Básica Regular (EBR) con las actuales normas y políticas del Ministerio de Educación en Educación Básica Regular y específicamente de Educación para el Trabajo. Habría que introducir cambios menores en el área de Educación para el Trabajo; y seguramente también, cambiarle de nombre.

2.2.1.25 Lineamientos para implementar una Educación emprendedora en la EBR

Según lo señala el SINEACE (2014, p. 85) la implementación de una educación emprendedora en la Educación Básica Regular peruana es una tarea muy grande y va a demandar el concurso de muchas personas e instituciones. En las líneas siguientes pretendemos lanzar algunas ideas para iniciar una discusión más amplia y sostenida:

Desarrollar la autoestima (el ser) de los alumnos a partir de las actividades empresariales familiares

La característica actitudinal más importante de los emprendedores es la autoestima, sin ella es imposible plantearse y asumir objetivos y retos que hacen crecer y liberan. Si uno no se siente capaz de formular objetivos y metas nunca los va a realizar. Esta característica se ubica en el cuarto pilar del “Informe Delors”: el ser. El ser está antes del saber y antes del actuar. Si uno no se siente alguien, si uno no tiene o adquiere una identidad, es muy difícil dar algún paso con independencia y autonomía. Los que se sienten poca cosa son los perfectos empleados dependientes que solo obedecen órdenes.

El mejor punto de partida para fortalecer la autoestima es conocer, investigar y valorar lo que ya están haciendo los alumnos en sus casas, en sus parcelas, en sus talleres. Según las cifras existen 3.2 millones de micro y pequeñas empresas (MYPE) en

el Perú, 1.6 en el campo (pequeños propietarios agrícolas) y 1.6 en las ciudades, microempresas urbanas. A ellos hay que sumar 2.6 millones de personas que trabajan en forma independiente en diversos oficios y actividades. Todas ellas son personas que trabajan en forma independiente, representan el 40% de la población económicamente activa (PEA). Es decir, aproximadamente el 40% de las familias en el Perú realizan actividades empresariales, la mayoría en forma precaria e informal. Estos porcentajes son mucho mayores en las regiones menos desarrolladas del país. El Perú oficial no toma estas actividades en serio, tampoco las escuelas. No son tema de atención y menos de estudio.

Desde el punto de vista de la construcción de una autoestima fuerte, no es una buena idea empezar negando o ignorando lo que uno hace o lo que hace la familia de uno. Eso sin que hasta aquí se haya hablado de los niños que trabajan. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), son 3 millones en el Perú y esto debe ser erradicado. No es la mejor idea para fortalecer la autoestima de los niños y jóvenes trabajadores decirles que lo que están haciendo está mal y que deben dejar de hacerlo. Salvo los casos de explotación del trabajo infantil como es el caso de la minería informal del oro, muchos de trabajos son razonables, como el pastoreo o la ayuda a los padres en sus talleres-casa al regreso del colegio. Felizmente Alejandro Cussianovich, educador y experto peruano, está ayudando desde hace muchos años a los niños y adolescentes trabajadores, con una mirada más amplia sobre este tema. Los ayuda a organizarse y mejorar sus condiciones de vida, en instituciones como el Movimiento de adolescentes y niños trabajadores hijos de obreros cristianos (MANTHOC) y otras.

La misma lógica se puede tener con los maestros y maestras del Perú; ellos ya están realizando una gran variedad de actividades económicas y empresariales para complementar sus reducidos ingresos. Por ejemplo, es sabido que miles de maestros han creado cabinas de Internet, brindando un servicio de gran utilidad para sus comunidades y mejorando sus ingresos. En este negocio, ellos no solo brindan un servicio, sino que aprenden muchas de las competencias empresariales que bien podrían compartir en el

aula. Incluir su experiencia como material educativo dentro de los cursos regulares sería un acto de reconocimiento merecido, que daría muy buenos resultados en el campo de la educación emprendedora.

En resumen, el punto de partida de una educación emprendedora sería conocer y reconocer las actividades empresariales y productivas que ya están haciendo los alumnos y sus maestros, de manera que los primeros conceptos, las primeras teorías impartidas en las aulas deberían ser para mejorar las actividades que ya están realizando, lo cual redundaría directamente en beneficios para ellos y sus familias.

Ampliar las opciones laborales y económicas de los estudiantes

Que se sepa, no hay un mapa claro de las opciones laborales para los estudiantes de secundaria en el Perú, salvo que se quiera identificar este mapa con las opciones de estudio que presentan las universidades y los institutos tecnológicos; las mismas que se brindan en las charlas y cursos de orientación vocacional. Por lo general, estos contenidos están muy marcados por el empleo dependiente y las oportunidades de trabajo remunerado que ya ofrece el mercado laboral: ‘Estudio ingeniería industrial porque ya existe una oferta educativa sólida y tengo más posibilidades de obtener un empleo en una empresa grande y formal’. ‘Estudio economía porque tengo más posibilidades de obtener un trabajo en el Banco Central de Reserva’, o ‘Estudio filosofía porque voy a poder entrar a enseñar en la PUCP’.

Los dos grandes campos que tiene que enfrentar el estudiante es: a) ser dependiente o b) ser independiente. Esta opción está presente en todas las actividades y profesiones: ‘Puedo ser un médico del seguro social o puedo crear una clínica veterinaria en mi pueblo’. Puedo ser un investigador de una gran corporación o voy a crear mi empresa de alta tecnología con apoyo del gobierno o del sector privado.

Las tres grandes opciones de los estudiantes son: sector privado, sector público o sector social. Es decir: ‘Voy a trabajar para en el sector privado enfrentando el mercado, voy a trabajar en el aparato estatal o voy a trabajar en el sector social’. En el Perú, en el sector público labora el 8% de la PEA, aunque en los países desarrollados puede llegar a representar el 20%. En caso de las ONG, no hay estadísticas para el Perú; quizás podrían llegar a ser el 2% o 3% de la PEA, aunque también pueden llegar a ser el 10%, como en los países desarrollados.

Otra mirada para esta segunda clasificación puede ser la de ubicar a los actores económicos en sus respectivos roles frente a la creación de la riqueza y el valor, punto de vista que asume el libro “La picadura del escorpión” en su capítulo cuarto. Allí se proponen tres grandes categorías: 1) creadores de riqueza y valor (donde se ubican los actores económicos: emprendedores, innovadores, investigadores y científicos, emprendedores sociales), 2) los que trasladan la riqueza y añaden valor (donde se ubican los hombres de negocio, ejecutivos y administradores, las corporaciones, el Estado, las cooperativas, las ONG), y 3) los que destruyen valor (donde se ubican los monopolios, los especuladores, las empresas mercantilistas y la corrupción).

En realidad los dilemas que tienen los estudiantes y los jóvenes no son definitivos, pueden optar por ser empleados dependientes para adquirir experiencia y luego crear una empresa propia y pasar a la vida independiente; o al revés, empezar con un negocio propio pero darse cuenta que valoran más la estabilidad del empleo en una gran corporación o en la acción social y se pueden pasar al Estado o a una ONG.

En la tercera clasificación estarían las profesiones y las actividades económicas, que son las que generalmente se tienen en cuenta desde hace algún tiempo: ‘Voy a

trabajar en la agricultura, en la industria, en la educación, en las fuerzas armadas, en la administración de justicia o ser jugador de fútbol'. Para muchos niños y jóvenes aquí empiezan las opciones cuando en realidad es solo el tercer paso; hay que ser conscientes que se deben dar los otros dos en primer lugar. Aquí las opciones son miles, basta ver la lista de profesiones y carreras que ofrecen las universidades e institutos; también ver la lista de actividades económicas que existe en la realidad, organizadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) –disponible en la Internet– en la que se encuentran miles de actividades, desde fabricar barcos hasta dar créditos, pasando por vender casas y reparar televisores.

Aquí también se puede cambiar de profesión, especialidad y afición. Se puede empezar amando el mar y estudiar oceanografía, pero luego descubrir que se marea y/o se aburre, y pasa a ser gerente de una empresa de marketing por Internet. Estos cambios ocurren cada vez con mayor frecuencia en el siglo XXI, probando que muchas veces el conocimiento especializado se adquiere en el propio trabajo, que las empresas, las instituciones y el sector público están buscando personas con competencias generales: capacidad para el trabajo duro, responsabilidad, liderar, ser creativo, resolver problemas, ubicar oportunidades, saber aprovecharlas, trabajar en equipo, entre otras.

Pero el asunto es todavía más relativo; hay países que les gusta el empleo dependiente, como en el caso de Japón, y les va muy bien. A otros les gusta el campo y las actividades agrícolas, es el caso de Francia; a otros les gusta investigar, Rusia por ejemplo, en donde hay muchos investigadores en las universidades, las empresas y centros de investigación; a otros les gusta las armas y hay mucha gente fabricándolas y usándolas como en Estados Unidos. Esto es todavía más extremo en el ámbito local y regional; por ejemplo, en Maranello, una pequeña ciudad de Italia (de 16.000 habitantes), prácticamente todos trabajan en la empresa Ferrari porque allí está su planta

principal; o el trabajo en la industria del salmón, que predomina en varias ciudades del sur de Chile.

Por todas estas consideraciones, quizás lo más conveniente y pedagógico sea armar el mapa de opciones laborales y económicas con los propios estudiantes en clase. Darles algunos materiales de lectura como: 1) las carreras que ofrecen las universidades e institutos, 2) el CIIU, 3) la relación de las actividades predominantes en su pueblo o en la región (que puede ser parte de un ejercicio anterior), 4) la lista de ejemplos de trabajos y actividades, o quizás 5) una lista con los sueños, construyendo el mundo del futuro a su voluntad; y a partir de allí construir los mapas de opciones en forma colectiva.

Conocer y emular modelos empresariales (role models)

Casi todas las investigaciones realizadas sobre emprendedorismo, en todos los países del mundo, señalan que una de las causas principales por las que los jóvenes (y no tan jóvenes) ingresan a la actividad empresarial es porque siguen el ejemplo de un empresario o empresaria que ellos admiran. Esto es particularmente cierto en estudiantes de menores edades que están buscando figuras externas para seguirlas e imitarlas. Los empresarios pueden ejercer una influencia en la vida de las personas mucho mayor a la de los padres y al ofrecimiento de todas las carreras que hacen los centros de estudios.

‘¿Quién quiero ser en el futuro? ¿Bill Gates, el más millonario, Albert Einstein, el más inteligente, o Julia Roberts, la más admirada?’ Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en esto, aunque ahora compiten con las redes sociales y la Internet. Hace algunos años no se veían los rostros de los empresarios y empresarias de

Gamarra en los periódicos, solo se veían los rostros de los grandes empresarios limeños; ahora aparecen todos los días junto con Gastón Acurio y sus colegas de la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA). La influencia de Acurio es impresionante; falta estudiar cuántos se han metido a estudiar para chef siguiendo exclusivamente su ejemplo. Explicitar los modelos de todos los estudiantes de un salón puede ser un ejercicio muy aleccionador, estimulante y útil para ellos; también para el profesor. La lista debe variar radicalmente de salón en salón, de colegio en colegio.

En la práctica significa que las escuelas inviten a empresarios y empresarias, exitosos o no (se aprende más de los errores) a dar charlas y conversar con los alumnos, ver videos de conferencias nacionales e internacionales, discutir sus contenidos en clase. Así se va ampliando el universo de modelos a seguir y ejemplos a imitar, aumentando también las opciones.

Tener experiencia previa relevante

Una investigación realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco de Tokio explorando las raíces del emprendedorismo en Asia y América Latina, halló que la principal explicación para el éxito en las nuevas empresas generadas era una adecuada experiencia previa –generalmente en un empleo dependiente– en alguna actividad relacionada o similar a la que finalmente se emprendió. Esta experiencia previa es fundamental para adquirir el conocimiento y la práctica del funcionamiento de una empresa, de las funciones principales, las ventas, las relaciones con los clientes, con los proveedores, el manejo del personal, el mantenimiento de la maquinaria, entre muchos otros aspectos del negocio. No hay nada como un buen baño de realidad, del mercado, de los aspectos centrales de la actividad y el negocio. En el otro extremo, son pocos los casos de jóvenes emprendedores que salen de las escuelas, institutos o

universidades y crean sus empresas sin pasar por una experiencia previa, o en todo caso, los que lo hacen tienen más probabilidades de fracasar.

Una de las pistas de esta experiencia previa es que sea en un lugar y en un nivel que permita tener una visión completa, o por lo menos amplia del negocio, como por ejemplo una gerencia, una jefatura, un cargo de cierta responsabilidad, o de asistente de un cargo de responsabilidad. No se aprende mucho desde un rincón aislado de la empresa.

Esto significa que las escuelas intensifican las relaciones con las empresas de la localidad y región para que haya visitas a sus instalaciones, prácticas pre profesionales, prácticas vacacionales, ayudar a conseguir trabajo a sus estudiantes, mediante bolsas de trabajo, servicios de información, utilizando los servicios de este tipo que ya existen como los del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y otros privados. Para esto es muy importante mantener el contacto con los egresados, con la escuela y entre ellos mismos.

Saber elaborar y utilizar los planes de negocio

Está probado que el instrumento más poderoso para crear una empresa es la teoría y la práctica de elaborar un plan de negocio (business plan), contribuyendo de paso a generar un mayor espíritu empresarial. Hay miles de modelos de planes de negocio, muchos de ellos en Internet, aunque los elementos centrales no varían: 1) definir el bien o servicio a producir u ofrecer, 2) estudiar el mercado, los clientes potenciales, la competencia, el marketing, 3) la localización del negocio, 4) el personal necesario, incluyendo a la gerencia, 5) la tecnología, la maquinaria y/o equipos, 6) la organización de la empresa, 7) el flujo de caja, ingresos y egresos, gastos fijos y variables, la utilidad,

8) las inversiones necesarias, las fuentes de capital, los socios, los préstamos, 9) los estados financieros proyectados.

Las versiones de planes de negocio pueden ir desde las más simples hasta las más complejas, se pueden ir dosificando a lo largo de los cinco años de secundaria, teniendo en cuenta que todos los egresados de secundaria deben salir dominando la elaboración de un plan de negocios. Debe ser como saber montar bicicleta o manejar auto, algo que todo el mundo debe conocer y aplicar.

La filosofía básica del plan de negocio, y no por sencilla menos potente, es que una persona que quiere poner una empresa, tiene que tener la capacidad de crearla primero en el papel; si no es capaz de crearla en el papel, seguramente no le va a ir muy bien en la práctica. Experimentar diversas alternativas de negocios, antes de invertir un centavo en ellas, es siempre una muy buena idea. Seguramente la gran mayoría de los conductores de las microempresas de sobrevivencia que se crean año a año en el Perú, no han hecho un plan de negocios, no saben qué es eso.

Construir redes socioeconómicas

Otra de las claves del éxito en la creación de nuevas empresas son las relaciones que el futuro empresario va construyendo. Este argumento refuerza el tema de la experiencia previa de empleo pues ese es el momento donde se pueden ir construyendo estas relaciones. También se pueden construir en las instituciones educativas, ya sea de nivel básico o superior. Si alguien no tiene relaciones, ni conocidos, ni contactos, ¿cómo va a conseguir clientes, colaboradores, socios, proveedores, prestamistas? Todos estos personajes claves para la marcha de un negocio no surgen de la nada, no aparecen de un día para otro frente al emprendedor; este debe ir construyendo en forma metódica y paciente estas relaciones, sobre todo si proviene de un entorno económico de bajos ingresos.

Por ello una de las competencias básicas del futuro emprendedor, es la de saber comunicarse, saber relacionarse con gente de lo más diversa, de diferentes posiciones, ubicaciones e incluso de diversas formas de pensar. Desde las escuelas debe promoverse las relaciones de los estudiantes con otros actores de la economía y el mercado. Conocer a los miembros de las cámaras de comercio, de las asociaciones de micro y pequeñas empresas, de gremios empresariales especializados como los de metal mecánica y otros. También las relaciones con los colegios profesionales de la localidad, sobre todo de ingenieros, investigadores y científicos; relaciones con los centros de investigación, tanto económicos, sociales como científicos y tecnológicos.

Trabajar en equipo

Bill Gates trabajó con Paul Allen para crear Microsoft, Robert Noyce trabajó con Gordon

Moore para crear INTEL, Steve Jobs trabajó con Steven Wozniack para crear Apple, Larry Page trabajó con Sergey Brin para crear Google, y así sucesivamente. Dos cerebros piensan mejor que uno, y tres mejor que dos; diez pueden ser una multitud, pero hay una cifra mágica que dispara la creatividad y la interacción entre las neuronas, logra sinergias y produce innovaciones, muchas veces radicales. Es cierto que muchas de estas parejas luego se separaron, pero una vez que el éxito de la empresa ya estaba asegurado.

Sin duda, los emprendimientos exitosos requieren de la interacción de varias personas en diversos roles, con diversos conocimientos y especialidades; la combinación es fundamental, es una de las claves del éxito. Muy pocos la logran, La experiencia nos enseña que trabajar en forma aislada y solitaria no es la mejor opción.

El individualismo, que emergió con fuerza en los años ochenta en Estados Unidos y se esparció por el mundo, ayuda poco en este imperativo emprendedor. Considerar a

los otros como competidores, rivales o enemigos quizás puede ser bueno para los tiburones de los bancos de inversión, pero para crear empresas innovadoras que crean riqueza y agregan valor a sus clientes no sirve.

En las escuelas hay que promover el trabajo en equipo, entre personas diferentes, de género diferente, de edades diferentes, de salones y de años diferentes, incluso de escuelas diferentes; eventualmente hasta podrían ser de localidades diferentes (que puede ser facilitado por la Internet). La interdisciplinariedad y la interculturalidad son fuentes de creatividad e innovación.

Las siete líneas de acción propuestas están muy lejos de reducirse a la creación de un curso de emprendedorismo, pues pensamos que el cambio hacia una educación emprendedora no se va a realizar con una acción aislada, sino que se trata de siete pistas que se pueden traducir en múltiples actividades, en los diversos niveles e iniciativas ya presentes en la Educación Básica Regular.

Los siguientes pasos se ubicarían principalmente en los terrenos del Ministerio de Educación y de los centros educativos públicos y privados respondiendo al documento y sus propuestas. La estrategia y acciones concretas que conduzcan hacia una educación emprendedora en la Educación Básica Regular pueden ser variadas, y va a depender de la concertación entre múltiples actores para determinar la forma final que tomen.

2.2.2 Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

2.2.2.1 Aprender a emprender “el quinto pilar de la educación”

SINEACE (2014, p. 43) en una de sus publicaciones, señala que fue Federico Mayor (entonces director general de la UNESCO en 1993) quien propuso, al poco tiempo de publicado el “Informe Delors”, la inclusión de un quinto pilar: *Aprender a Empezar*,

que añade al conocimiento y al dominio de las tecnologías, la capacidad de atreverse, de asumir riesgos, de dar respuestas creativas a los desafíos y problemas que la sociedad actual nos presenta, ya sea como individuos o grupos humanos.

Mayor (1998, p. 6), en su obra: *La educación a las puertas del tercer milenio: ofreció un discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación*, que señalaba lo siguiente:

“A los cometidos que plantea el Informe Delors me gustaría añadir otra exigencia que considero cada vez más relevante en el futuro inmediato: aprender a emprender. Una exigencia que viene a complementar con un imperativo solidario el imperativo de autenticidad implícito en las otras cuatro tareas. Tenemos que forjar generaciones de jóvenes emprendedores, capaces de aplicar los conocimientos adquiridos, capaces de tener iniciativas propias; ciudadanos autónomos que no esperen que siempre alguien les tienda la mano y les indique a dónde dirigirse. Albert Einstein solía repetir que ‘en momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento’. Sólo la imaginación y la audacia permitirán a la humanidad superar la crisis ética que atraviesa en estos años”

Este quinto pilar (aprender a emprender) está íntimamente vinculado al cuarto (aprender a ser), pues una persona sin autoestima, sin personalidad, sin seguridad en sí mismo, en sus ideas e iniciativas, no va a poder emprender nada. Es decir, la independencia y fortaleza del ser, son condiciones necesarias para el emprender.

Un joven puede haber adquirido todo el conocimiento necesario, dominar todas las tecnologías relevantes, incluso, juntarse con otras personas, y limitarse a obedecer órdenes y directivas de otros, requisitos del paradigma de los trabajadores dependientes en la revolución industrial inglesa, y si bien puede conseguir un trabajo, seguramente no será muy satisfactorio y pasará por el mundo sin dejar su huella.

En el mundo económico y empresarial de hoy, incluso en los empleos dependientes, las empresas están buscando iniciativa, capacidad de aportar ideas, descubrir y aprovechar oportunidades, ser más competitivo, capacidad de solucionar problemas, de liderar grupos de trabajo, actividades todas vinculadas al emprendimiento.

Pero ni siquiera ésta va a ser la realidad de los jóvenes, pues una mayoría de ellos no va a encontrar trabajo dependiente, que se está haciendo cada vez más escaso en todos los países del mundo, desarrollados o en desarrollo. La crisis financiera mundial, actualmente en pleno desarrollo, ha elevado el desempleo en Europa a más del 10% (España y Grecia tienen una tasa de 25%), pero lo más grave es la situación de los jóvenes, para quienes se ha elevado a 22% (en España y Grecia ha superado el 50%), cifras no vistas desde la crisis de 1929. Aunque esta tendencia a disminuir el empleo dependiente en las grandes empresas viene desde la década de los años noventa.

Por ello, si el sistema educativo se limitase a dar conocimientos, manejo de tecnologías, vida comunitaria, e incluso autoestima, estaría incumpliendo su compromiso con los jóvenes. Ellos no estarían preparados para enfrentar los retos del mercado laboral del siglo XXI. La mayoría de ellos no va encontrar trabajo dependiente

y va a tener que incursionar por su propia cuenta y riesgo en el mercado laboral y en el mundo económico; si no están preparados para ello, van a crear actividades de sobrevivencia, no van a tener ingresos suficientes, van a engrosar las filas del subempleo y la pobreza, y, lo que es peor, van a tener una vida sin satisfacción, un futuro oscuro lleno de incertidumbre.

Hay que ponerlo de la manera más clara posible: no enseñar a emprender sería un acto de irresponsabilidad por parte del sistema educativo, de las escuelas, de los institutos y de las universidades, pues estarían condenando a sus egresados a enfrentar una realidad laboral para la que no los están preparando. No les estarían dando a los jóvenes lo que exige el mercado laboral del siglo XXI. En el caso peruano sólo el 20% de la Población Económicamente Activa (PEA) trabaja en las empresas formales y en el Estado, es decir, los que tendrían empleos dependientes más o menos dignos, el 80% restante es independiente, tiene una pequeña propiedad agrícola, conduce una microempresa, o trabaja en alguna de estas realidades empresariales, en forma mayoritariamente precaria e informal. En el otro extremo está Estados Unidos donde el 50% de la PEA trabaja en empresas grandes y un 14% en la administración pública; de todas formas hay un porcentaje importante de personas que trabaja en forma independiente y en actividades de pequeña escala.

En el medio, hay muchos países desarrollados o emergentes que brindan una educación emprendedora, como es el caso de Finlandia, Canadá, Taiwán (China), Escocia, Corea, Brasil, Chile, entre otros. El Perú no se puede dar el lujo de quedarse atrás.

2.2.2.2 Cuatro pilares de la educación para el siglo XXI

SINEACE (2014, pp. 42-43) señala en el año 1993, el entonces Director General de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Federico Mayor, organizó una comisión de alto nivel mundial, conformada por 14 eminentes personalidades mundiales, presidida por Jacques Delors, ex ministro de economía de Francia y ex presidente de la Comisión Europea (órgano ejecutivo de la Unión Europea), para reflexionar sobre la educación y aprendizaje en el siglo XXI. Luego de varios años de trabajo esta comisión de alto nivel elaboró un informe llamado “La educación encierra un tesoro”, también conocido como Informe Delors, que se publicó en el año 1996.

Una de las propuestas principales de dicho Informe fue la de basar la Educación en cuatro pilares:

Aprender a Conocer: que presente a los educandos lo más relevante del conocimiento teórico mundial, que combine una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias. Esto es, se trata de lograr una base de conocimientos amplia y universal, es decir, extensiva, al mismo tiempo que hace a las personas capaces de profundizar y especializarse en una o pocas áreas del conocimiento. Este pilar supone también la capacidad de “*aprender a aprender*” en forma continua y permanente, para poder hacer frente al incesante flujo de conocimiento e información que el mundo moderno ofrece, así como también para aprovechar las posibilidades de la educación a lo largo de toda una vida.

Aprender a Hacer: que permite volcar a la práctica los conocimientos adquiridos, así como el poder manejar las tecnologías que se multiplican y expanden a velocidades cada vez mayores. Significa también adquirir las competencias que capaciten a las personas para hacer frente a un gran número de situaciones y a trabajar en equipo. Significa también, aprender a hacer dentro del marco de las distintas experiencias sociales que se ofrecen a jóvenes y adolescentes, en forma espontánea, a causa de los contextos sociales y nacionales, o a causa de la enseñanza por alternancia.

Aprender a Vivir Juntos: que logra desarrollar el conocimiento y la comprensión del otro, de los otros, así como la percepción de las diversas formas de interdependencia. Permite realizar proyectos comunes, al mismo tiempo que prepara para encarar y resolver los conflictos, respetando los valores, el pluralismo, la comprensión mutua y la paz.

Aprender a Ser: que permita el florecimiento de la propia personalidad, para actuar en condiciones de creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Incluye el cultivo de todas las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar.

Estos dos subtítulos presentados, recoge las orientaciones que da la UNESCO para la educación mundial, basadas en el “Informe Delors” y sus desarrollos posteriores, al proponer que uno de los cinco pilares para lograr una educación para todos que responda a las exigencias del siglo XXI, sea el “aprender a emprender”. Desde que fue formulada esta propuesta, en la década de los años noventa, no ha hecho sino crecer en

aceptación y aplicación en diversos países del mundo, especialmente en los países de mayor dinamismo económico y social.

2.2.2.3 Logro de aprendizajes

¿Qué es logro?

Según la RAE (2015), es la: “acción y efecto de lograr”, entendiendo este último como “conseguir o alcanzar lo que se intenta o desea”; gozar o disfrutar algo. Los otros dos conceptos referidos son “ganancia, lucro” y “ganancia o lucro excesivo”. De esta manera, cuando utilizamos este término, se está implícitamente hablando de retribuciones, que pueden ser porque se ha recibido a cambio de algo un dinero o porque se ha conseguido un propósito en algo. Por esta razón, se puede aplicar para referirse a un objeto que ha conseguido su perfección.

¿Qué son los logros de aprendizaje de los estudiantes?

Son los alcances que se consideran deseables, valiosos y necesarios, fundamentales para la formación integral de los estudiantes.

Son los resultados esperados en un proceso de aprendizaje, que se convierte en un indicador para el proceso de seguimiento del aprendizaje. Comprende los conocimientos, las habilidades y comportamientos, las actitudes y demás capacidades, que deben alcanzar los estudiantes de un nivel o grado en un área determinada.

El logro de aprendizaje, representa el resultado que debe alcanzar el estudiante al estudiar una determinada área, es decir, el resultado de los aprendizajes esperados en los

estudiantes tanto desde el punto de vista cognitivo, representa el saber, a alcanzar los conocimientos que deben asimilar; su pensar, todo lo que deben conocer; el saber hacer o actuar, como la acción práctica; y el ser o sentir, como lo afectivo – motivacional.

El logro de aprendizaje está expresado en el desarrollo de la capacidad cognitiva de los estudiantes sobre los hechos de la realidad social, explicados y comprendidos, donde el estudiante puede interpretar el conocimiento aprendido, no como un hecho aislado, sino como un fenómeno constituido por diferentes elementos.

El sistema educativo peruano está realizando el esfuerzo necesario para ofrecer una educación de calidad, esto significa que se debe reconocer los cambios y retos del mundo contemporáneo en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Hay que darle un nuevo sentido a la enseñanza para promover el pensamiento crítico, desarrollo de la creatividad y el ejercicio de la libertad; la participación activa; fomentar una actitud proactiva y emprendedora; evitando así un aprendizaje o instrucción memorizada.

Las tendencias internacionales en educación muestran un cambio del enfoque “centrado en el profesor” a un enfoque “centrado en el estudiante”. Este modelo alternativo se centra en lo que los estudiantes deben ser capaces de aprender sobre los conocimientos (contenidos) de una área determinada. De ahí que este enfoque se refiere comúnmente a logros de aprendizaje, para expresar lo que se espera que los estudiantes puedan hacer al término de un período de aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje son enunciados que especifican lo que el estudiante va a saber o lo que él será capaz de hacer como resultado de una actividad de aprendizaje. Generalmente se expresan en forma de conocimiento, destrezas o actitudes. Es probablemente una de las dimensiones más importantes en el proceso de enseñanza aprendizaje lo constituye el logro de los aprendizajes del estudiante. Cuando se trata de evaluar el rendimiento académico y cómo mejorarlo, se analizan en mayor o menor grado los factores que pueden influir en él, generalmente se consideran, entre otros,

factores socioeconómicos, la amplitud de los programas de estudio, las metodologías de enseñanza utilizadas, la dificultad de emplear una enseñanza personalizada, los conceptos previos que tienen los estudiantes, así como el nivel de pensamiento formal de los mismos.

2.2.2.4 Definición de aprendizaje

Según la RAE (2015), es:

Acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa.

Tiempo que en ello se emplea.

Psicol. Adquisición por la práctica de una conducta duradera.

De las definiciones propuestas por la Real Academia Española de la Lengua se eligió la definición de “Acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa”, definición que se acercan más al área de la pedagogía. De la definición anterior se destaca la palabra “Aprender”. Al buscar una definición de esta palabra en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (www.rae.es) se encontró:

Aprender (“Del latín apprehendere”).

Adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio o de la experiencia.

Concebir algo por meras apariencias, o con poco fundamento.

Tomar algo en la memoria.

En la búsqueda de una definición se revisaron las definiciones de diferentes autores, en los que destacan:

Gagné (1965, p.5) quien define aprendizaje como “un cambio en la disposición o capacidad de las personas que puede retenerse y no es atribuible simplemente al proceso de crecimiento”.

Hilgard (1979, p. 34) define aprendizaje por “el proceso en virtud del cual una actividad se origina o cambia a través de la reacción a una situación encontrada, con tal que las características del cambio registrado en la actividad no puedan explicarse con fundamento en las tendencias innatas de respuesta, la maduración o estados transitorios del organismo (por ejemplo: la fatiga, las drogas, entre otras)”.

Pérez Gómez (1988, p.57) lo define como “los procesos subjetivos de captación, incorporación, retención y utilización de la información que el individuo recibe en su intercambio continuo con el medio”.

Zabalza (1991, p.174) al respecto, considera que “el aprendizaje se ocupa básicamente de tres dimensiones: como constructo teórico, como tarea del alumno y como tarea de los profesores, esto es, el conjunto de factores que pueden intervenir sobre el aprendizaje”.

Knowles y otros (2001, p.15) se basan en la definición de Gagné, Hartis y Schyahn, para expresar que el aprendizaje es en esencia un cambio producido por la experiencia, pero distinguen entre: El aprendizaje como producto, que pone en relieve el resultado final o el desenlace de la experiencia del aprendizaje. El aprendizaje como proceso, que destaca lo que sucede en el curso de la experiencia de aprendizaje para posteriormente obtener un producto de lo aprendido. Y finalmente el aprendizaje como función, que realza ciertos aspectos críticos del aprendizaje, como la motivación, la

retención, la transferencia que presumiblemente hacen posibles cambios de conducta en el aprendizaje humano.

2.2.2.5 Características del aprendizaje

De acuerdo con González-Pienda (2002, p.76) las características serían las siguientes:

El aprendizaje es un proceso constructivo: Los sujetos que aprenden no son recipientes pasivos de información, sino que ellos construyen sus propios conocimientos y habilidades.

El aprendizaje es acumulativo: Se refiere al importante papel que desempeña el conocimiento anterior, formal y no formal, para el aprendizaje futuro.

El aprendizaje es autorregulador: Representa el aspecto metacognitivo del aprendizaje eficaz, especialmente las actividades de dirección y control que lleva a cabo el estudiante a la hora de aprender.

El aprendizaje está orientado a una meta: Aunque el aprendizaje también se produce incidentalmente, el aprendizaje eficaz y significativo se encuentra favorecido por una consciencia explícita de estar dirigido a una meta.

El aprendizaje es situado: Destaca que el aprendizaje ocurre esencialmente en interacción con contextos y agentes sociales y culturales; y sobre todo a través de la participación en actividades y prácticas culturales.

El aprendizaje es cooperativo: Implica compartir significados y experiencias, lo que condiciona en gran medida las construcciones individuales que realiza el estudiante de sus aprendizajes y la calidad de las mismas.

El aprendizaje es diferente individualmente: Cada sujeto aprende en función al despliegue de una diversidad de aptitudes que son relevantes para el aprendizaje, tales como el potencial del aprendizaje, conocimiento previo, enfoques y

concepciones del aprendizaje, motivación, interés, autoeficacia, etc.; cuyos desarrollos son diferenciados a los de otro sujeto.

2.2.2.6 Tipos de aprendizaje

León (2011, p.11) señala los tipos de aprendizaje:

Aprendizaje receptivo: En este tipo de aprendizaje el sujeto sólo necesita comprender el contenido para poder reproducirlo, pero no descubre nada.

Aprendizaje por descubrimiento: El sujeto no recibe los contenidos de forma pasiva; descubre los conceptos y sus relaciones y los reordena para adaptarlos a su esquema cognitivo.

Aprendizaje repetitivo: Se produce cuando el estudiante memoriza contenidos sin comprenderlos o relacionarlos con sus conocimientos previos, no encuentra significado a los contenidos estudiados.

Aprendizaje observacional: Tipo de aprendizaje que se da al observar el comportamiento de otra persona, llamada modelo.

Aprendizaje latente: Aprendizaje en el que se adquiere un nuevo comportamiento, pero no se demuestra hasta que se ofrece algún incentivo para manifestarlo.

Aprendizaje significativo: Es el aprendizaje en el cual el sujeto relaciona sus conocimientos previos con los nuevos dotándolos así de coherencia respecto a sus estructuras cognitivas.

Asimismo Herrera (2009, p.3) agrega otros tipos de aprendizaje:

Aprendizaje por autoevaluación: La autoevaluación o autocrítica que de sí mismo hace el participante de la formación, es esencial para lograr el dominio personal

que permite profundizar sobre la reflexión, el conocimiento del “yo” y del “otro”, la visión del futuro y las razones de nuestro que hacer.

Aprendizaje individual: Este método de estudio se inspira en varios hechos a saber: que existen diferencias individuales, que el aprendizaje es un asunto personal y que, por consiguiente, los aprehendientes deben disponer del aprendizaje, esto es, acceder y procesar la información para aprender. El aprendizaje individual en la especialización tiene dos caras: por un lado, el participante debe cumplir con sus tareas personales, y por otro, debe prepararse para cumplir sus compromisos con los demás miembros pequeño de un grupo o del grupo total.

Aprendizaje cooperativo: El pequeño grupo tiene carácter permanente y es la oportunidad que ofrece la especialización para fortalecer el aprendizaje intrapersonal y para desarrollar el aprendizaje intrapersonal, esto es: actitudes, valores, sentimientos y hábitos destinados a cultivar la diferencia, apreciar la diversidad, aprender de “otro” y con el “otro”, y trabajar obligatoriamente a pertenecer a un pequeño grupo y tienen que reunirse con una agenda preestablecida una vez a la semana.

Aprendizaje social: Es el gran grupo, conformado por el encuentro de los pequeños grupos, desempeña varias funciones como: compartir las experiencias y estilos que han vivido los pequeños grupos desde el encuentro anterior; así como por ejemplo realizar el seminario investigativo que ha preparado uno de los pequeños grupos como demostración de su capacidad para llevar a cabo procesos de aprendizaje autónomo, y por último, mejorar el nivel y calidad de la crítica de los demás.

Aprendizaje por enseñanza directa: Sus participantes, también tienen oportunidad de ejercitar la clase, pero dentro de los límites que establecen el propósito y la función de este método. Los participantes deben emplear la exposición para

suministrar información que solo ellos conocen o que no es de fácil adquisición en otro medio, para presentar procesos y procedimientos propios de habilidades y estrategias cognitivas, metacognitivas y didácticas y, en tercer lugar, para recapitular, aclarar dudas y absolver preguntas e inquietudes.

2.2.2.7 Teorías de aprendizaje

Marcos (1996), citado por Estaña (2014, p.91) señala que: Thorndike (1898) y Pavlov (1927) establecieron los fundamentos de lo que habría de ser la moderna psicología del Aprendizaje, sus contenidos, tanto teóricos como empíricos han experimentado un crecimiento exponencial, encontrándonos actualmente con un cúmulo de conocimientos de notable complejidad y, a menudo dispersos, sin conexión lógica aparente.

Son numerosas las teorías explicativas que se han propuesto sobre la naturaleza del aprendizaje, cada una refleja una concepción distinta acerca del proceso de aprendizaje en cuanto a sus contenidos, principios y estrategias. Cada una parte de diferentes posturas epistemológicas acerca de la naturaleza del conocimiento, cómo se adquiere éste, y que significa saber, entre ellas tenemos:

Teoría conductista:

Surge a principios del siglo y sus representantes principales son: Thorndike, Pavlov y Watson. Posteriormente el desarrollo fundamental de esta teoría corresponde a Skinner.

Los conductistas estudian el aprendizaje concentrándose en las conductas abiertas que pueden ser observadas y medidas. Ver las conductas como determinadas por eventos externos al aprendiz (por asociación de estímulos o por reforzamiento).

Para B.F. Skinner (1954) el aprendizaje es un cambio observable y permanente de conducta y la enseñanza es la disposición de contingencias de reforzamiento, es decir, reforzamiento selectivo y deliberado cuyo efecto es cambiar las respuestas existentes en el repertorio del aprendiz.

Supuestos conductistas:

El aprendiz es un ente pasivo y dependiente del ambiente.

El aprendizaje ocurre debido a las asociaciones entre estímulos o entre estímulos y respuestas.

El conocimiento consiste en patrones de asociaciones que se han aprendido.

El aprendizaje consiste en la adquisición de nuevas asociaciones.

Un individuo aprende observando las consecuencias de sus actos.

Las consecuencias que fortalecen la probabilidad de repetición de una acción se denomina refuerzo.

El conocimiento previo influye en el nuevo aprendizaje básicamente mediante procesos indirectos como la transferencia positiva y negativa debido a la semejanza de estímulos entre situaciones.

No se permite la argumentación sobre las actividades de la mente.

Existe una tradición experimental fuerte. Las teorías sólo pueden ser verificadas a través de la experimentación.

La educación consiste en el arreglo de estímulos de manera que ocurran las asociaciones.

Teoría cognitiva

Sus antecedentes podemos ubicarlos en los trabajos de los fundadores de la psicología de la Gestalt: Max Wertheimer (1945), Wolfgang Kohler (1935), y Kurt Koffka (1935); pero su pleno desarrollo recién lo alcanza a mediados de la década del 60 cuando llega a desplazar al conductismo de su hegemonía epistemológica en la psicología de ese entonces, produciendo la llamada "revolución cognoscitiva"; convirtiéndose, por tanto, en un nuevo paradigma en las ciencias de la conducta. (González, 1991, p.91).

Sus representantes principales son: Jean Piaget, Robert, Glaser, John Anderson, Jerome Bruner y David Ausubel.

Desde el enfoque cognoscitivo el aprendizaje es definido como un conjunto de procesos de pensamiento, cuyo eje pasa por la forma en que los seres humanos aprenden, como adquieren el conocimiento y con qué procesos. De allí su preocupación por las actividades que realiza la mente, como: memoria, percepción, representación del conocimiento, etc. El aprendizaje no es el producto mecánico de la relación E-R, entre otras razones porque el organismo no responde a estímulos puros sino a estímulos percibidos, sino que configura un proceso dinámico en el que el sujeto organiza y categoriza la información que recibe de su entorno, permitiéndole alcanzar una significación acorde a las experiencias, motivaciones y previas.

De acuerdo con esta teoría, un maestro eficaz será aquel que promueva en los aprendices el desarrollo pleno de sus habilidades cognitivas y afectivas para aprender a aprender y aprender a pensar a fin de facilitar la construcción y reconstrucción de sus conocimientos en el marco de un clima social escolar democrático y productivo.

Supuestos cognitivos:

El aprendiz es un ente activo y con dominio del ambiente.

El aprendizaje ocurre porque el aprendiz trata activamente de comprender el ambiente.

El conocimiento consiste en un cuerpo organizado de estructuras mentales y procedimientos.

El aprendizaje consiste en cambios en la estructura mental del aprendiz, originados por las operaciones mentales que realiza.

El aprendizaje se basa en el uso del conocimiento previo con el fin de comprender nuevas situaciones y modificar las estructuras de este conocimiento previo con el fin de interpretar las nuevas situaciones.

La argumentación sobre las actividades mentales es elemento central de la psicología.

Existe una tradición experimental, pero se puede realizar investigación basada en la observación, la experimentación y el análisis lógico.

La educación consiste en permitir y promover la exploración mental activa de los ambientes complejos.

Teoría humanista

El enfoque humanista en psicología, tiene como fecha aproximada de inicio los años 50 y desde entonces, su influencia ha aumentado notablemente. Surge como una reacción frente a las psicologías reduccionistas, como el psicoanálisis y el conductismo, psicologías que tratan de reducir a entidades subhumanas o físicas las cualidades humanas.

A la psicología humanista se le ha denominado la "tercera fuerza", después del conductismo y el psicoanálisis. Sus representantes máximos son Carl Rogers (1972); Abraham Maslow (1968).

Al igual que los psicólogos cognitivos, los humanistas ponen de relieve la importancia de la percepción y la conciencia como fuerzas decisivas que rigen la conducta del hombre. Sin embargo, también les interesa el influjo que ejerce la educación formal sobre el desarrollo emocional y afectivo de los alumnos, así como el desarrollo cognoscitivo (Good y Brophy, 1994. p. 271).

La psicología humanista parte de una concepción del ser humano, como una totalidad que va más allá de sus partes componentes, (somáticas, emocionales y cognitivas).

Asimismo, la psicología humanista conceptúa a la persona como un ser singular, consciente de que vive, con capacidad de elegir y orientada existencia, hacia valores y metas que constituyen la base de su identidad.

Supuestos humanistas:

Los seres humanos tienen una potencialidad natural para aprender.

No se puede enseñar a otra persona directamente, solo se puede facilitar su aprendizaje.

El aprendizaje significativo tiene lugar cuando la materia es percibida por el estudiante como algo que tiene importancia para sus propósitos.

Una gran cantidad del aprendizaje significativo se adquiere "haciendo" (activamente involucrado).

El aprendizaje se facilita cuando el estudiante participa responsablemente en el proceso mismo del aprendizaje.

El aprendizaje iniciado por el mismo estudiante, que incluye a toda la persona del que aprende, tanto en sus sentimientos como en sus ideas, actitudes y acciones, es el aprendizaje mejor asimilado y el más duradero.

La independencia, la creatividad y la confianza en sí mismo se facilitarán cuando la autocrítica y la autoevaluación sean los más importantes, y la evaluación de otros tiene una importancia secundaria.

El aprendizaje más útil socialmente en el mundo moderno, es el aprender a aprender, lo cual implica una apertura a la experiencia y una incorporación dentro del uno mismo del proceso de cambio.

Teoría socio histórica

El paradigma socio histórico, conocido también como sociocultural, hace un llamado de atención precisamente a la unidad del desarrollo, pese a la diversidad de manifestación de este fenómeno global. El desarrollo cognitivo no puede verse separado del desarrollo humano, económico y político. Es consecuencia y a su vez causa, condición y fuente. El paradigma sociocultural constituye una síntesis integradora y coherente de los conocimientos científicos sobre el desarrollo humano y del papel de la educación y las condiciones sociales de vida en el desarrollo de las nuevas generaciones.

Las ideas centrales de este paradigma las propuso, en un primer momento, Lev S. Vygostky (1896-1934), a partir de la influencia de los estudios de los eminentes fisiólogos rusos I. Sechenov (1829-1905) e I. P. Pavlov (1849-1936), así como de las contribuciones de la teoría del conocimiento (que valora la conciencia como un reflejo subjetivo de la realidad objetiva en el cerebro del hombre) y de la teoría general del desarrollo, del materialismo dialéctico; también, de la lingüística, la literatura y las artes.

Este paradigma relaciona los procesos psicológicos, fundamentalmente los superiores, y los procesos socioculturales, concediéndole a la educación y a la enseñanza una función directiva en cuanto al desarrollo humano.

Procesos de aprendizaje:

Adquisición: La relación sujeto-objeto en el proceso del conocimiento no es unilateral ni del sujeto al objeto; o viceversa. Es bidireccional, es decir, de interacción dinámica entre el uno y el otro, mediante la actividad de transformación del objeto (realidad) y del portador de la actividad (el sujeto). La actividad como práctica social está sujeta a las condiciones histórico-culturales.

Motivación: El sujeto que aprende es un ser social activo que está inmerso en un medio de relaciones sociales y, además, es protagonista de la reconstrucción y/o construcción de su conocimiento, ya que en su actividad (lenguaje) permite internalizar; es decir, llevar a un plano intraindividual (interno) lo que está en uno interindividual (fuera del sujeto). En otras palabras, lleva hacia adentro lo que está afuera, naciéndolo suyo (internalización).

Retención: Desde esta perspectiva, tanto el desarrollo real como el potencial no es autónomo, sino un proceso susceptible de ser estimulado y dirigido por la educación, en el cual el contexto sociocultural, las herramientas y los signos lingüísticos (el lenguaje) mediatizan las interacciones sociales y transforman incluso las funciones psicológicas superiores del sujeto.

Transferencia: El conocimiento aparece dos veces: En el plano social, interindividual o interpsicológico, y en el plano intraindividual o intrapsicológico.

Ambos planos están sujetos a un proceso, como ya lo planteamos, de internalización progresiva, que es además un proceso constructivo y que constituye la ley general del desarrollo y explica la génesis de las funciones psicológicas superiores.

La educación y la enseñanza auspician el desarrollo a través de zonas de desarrollo próximo o potencial, como también se les llama, permitiendo la adquisición de -entre otras cosas- conocimientos y habilidades necesarios para desempeños cada vez más autorregulados y autónomos.

Para desarrollar cualquier aprendizaje existe una zona de desarrollo próximo (es decir una distancia entre el nivel real de desarrollo expresado de manera espontánea y/o autónoma, sin ayuda, ni orientación alguna, y el nivel de desarrollo potencial) capaz de mostrarse gracias a la ayuda (orientación) de otra persona.

2.2.2.8 Logros de aprendizaje como dominio de competencias y capacidades

Fullan, (2002, p.32) señala que “el progreso del alumnado se ve influenciado de manera más significativa por los maestros que reúnen un alto grado de características profesionales y las habilidades docentes que dan lugar a la creación de un buen ambiente en el aula”. No debemos olvidar que el propósito directo de la enseñanza es el aprendizaje, y que la escolarización debería asegurar que cada nueva generación de estudiantes acumule conocimientos y destrezas necesarios para desenvolverse solventemente al llegar a la edad adulta, ante las demandas que marca la sociedad.

La intención de ligar estrechamente el aprendizaje de los estudiantes con la tarea del docente no es, a pesar de los numerosos trabajos en esa dirección, una idea

totalmente aceptada. Los problemas técnicos y políticos planteados al intentar relacionarlos significativamente han impedido, hasta ahora, el orientar de forma generalizada los procesos de evaluación del docente sobre el rendimiento en los aprendizajes de los estudiantes. Sin embargo, tenemos como antecedente cercano el caso del Programa SIMCE (Sistema de Medición de la Calidad de la Educación) del Ministerio de Educación del país chileno que lo asume como un estimador que informa del grado en que los estudiantes alcanzan los objetivos del programa, al respecto:

Manzı, J. (2011, p.39), señala que “Aunque los modelos de evaluación docente basados en estándares usualmente no incluyen medidas directas del logro de los estudiantes, la investigación existente indica que no están disociadas del logro escolar. En el caso del país chileno, el informe nacional de resultados del SIMCE ha incluido desde el año 2007 a la fecha evidencia acerca del logro de estudiantes según el número de profesores bien evaluados que han tenido. Dichos informes han documentado en forma consistente que, a medida que aumenta el número de profesores bien evaluados, también lo hace el rendimiento de los alumnos en el SIMCE.

2.2.2.9 La medición del logro de aprendizajes en relación al desarrollo curricular en los contextos nacionales de la región

Pérez (2012, p.95) menciona una de las preocupaciones mayores de quienes tienen a su cargo el diseño de instrumentos de medición sobre los logros de aprendizajes, es que el Diseño Currículo Nacional, no ofrece definiciones claras sobre lo que se espera que los estudiantes aprendan, esto está condicionada a los contenidos que desarrollan los docentes, que para evaluar los aprendizajes casi siempre elaboran una matriz de evaluación y de ella se desprende una “tabla de especificaciones” que está basado en criterios que corresponden a un área, ello, permite construir los ítems de las pruebas cubriendo un número determinado de capacidades y qué deben saber y saber hacer, los estudiantes con los conocimientos del currículo.

Casi todos los países que tienen sistemas nacionales de evaluación miden logros de aprendizaje en educación primaria y secundaria. En ambos casos, las pruebas tienden a ser aplicadas al término de ciclo educativos de dos a tres años, bajo la lógica de que algunos aprendizajes no pueden lograrse al cabo de un año académico, sino luego de periodos más largos que coinciden con etapas etarias y de desarrollo cognitivo o de secuenciación curricular.

En Colombia tenemos algunas experiencias cercanas como es el establecimiento de algunas especificaciones consensuadas sobre las expectativas de aprendizaje en las áreas de matemática y lenguaje a cargo del Ministerio de Educación Nacional y en otro frente se ha llegado a definir las competencias complejas de aprendizaje en varias áreas curriculares comprendidas en el examen de Estado. Estas competencias, permiten evaluar aprendizajes en diferentes y claramente definidos niveles de logro, ofreciendo un marco de interpretación de los resultados mucho más sólido del que resultaría de evaluaciones diseñadas sobre la base de la típica tabla de especificaciones.

En Ecuador se vivió una experiencia similar a la de Colombia, aunque en menor escala, el equipo APRENDO, decidió llevar a cabo la definición de un conjunto de destrezas académicas básicas que luego permitieron el diseño de instrumentos de medición referidos a criterios, las pruebas plantean cuatro ítems por destreza, y se considera que al menos tres deben ser respondidos para considerarse esa destreza alcanzada. Sin embargo, las evaluaciones han sido descontinuadas.

En Uruguay, donde el currículo nacional vigente presenta obstáculos técnicos importantes para la definición de matrices de referencia, el proceso de elaboración y aplicación de pruebas ha resultado una instancia interesante de debate curricular. Concretamente, los ítems de evaluación requieren demostración de conocimientos y

capacidades cognitivas que resultan pertinentes y deseables, pero que están ausentes en forma explícita en currículo nacional.

En México interesa también el caso del estado de Aguascalientes, donde los objetivos de aprendizaje seleccionados para la evaluación constituyen un esfuerzo decidido por priorizar un conjunto de contenidos que se consideran básicos que debieran ser aprendidos por todos los estudiantes del sistema.

En Chile, se está avanzando con más claridad, con el asesoramiento técnico de Australia, el Ministerio de Educación ha elaborado estándares de contenido y desempeño y mapas de progreso en aprendizajes para estudiantes desde primer grado hasta el cuarto año de enseñanza media en las áreas de Lenguaje, Matemáticas, Historia y Ciencias Sociales, Ciencias e Inglés. Se espera, a partir de la elaboración de estos instrumentos, que las pruebas nacionales puedan reportar puntajes de rendimiento referidos a los logros de aprendizajes esperados, establecidos claramente con anterioridad.

Hasta el momento, el SIMCE no ha podido reportar resultados según criterios claros sobre cuál es el nivel de rendimiento aceptable o suficiente, ni sobre cuántos estudiantes lo logran. Si la medición se vincula a los logros de esperados, el puntaje podrá adquirir mayor significado, toda vez que los profesores, padres de familia y estudiantes podrán conocer cuánto sabe el estudiante y qué debe enseñar el docente para lograr las metas.

En nuestro país se viene aplicando pruebas para medir el logro de aprendizaje de los estudiantes:

El año 1996, se realizó la primera evaluación nacional del rendimiento estudiantil CRECER 1996 (Crecer con Calidad y Equidad en el Rendimiento). Las pruebas de esta evaluación fueron diseñadas bajo el modelo referido a normas y factores asociados, permitiendo establecer comparaciones entre alumnos o grupos de alumnos.

El año 1998, se realizó la segunda evaluación nacional del rendimiento estudiantil CRECER 1998. La finalidad fue recoger información sobre los factores asociados al rendimiento, con el fin de identificar a aquellos que muestran una mayor asociación con los resultados de aprendizaje de los estudiantes evaluados. En primaria, se evaluaron a los estudiantes de cuarto y sexto grado en las áreas curriculares de matemática, comunicación integral, ciencias sociales y ciencias naturales. Mientras que en secundaria, se evaluaron a estudiantes de cuarto y quinto grados en las áreas curriculares de lenguaje y matemática.

El año 2001, se aplicó la tercera evaluación nacional del rendimiento estudiantil (EN 2001). Los objetivos de esta evaluación fueron: Evaluar a los estudiantes de cuarto y sexto grados de primaria y, cuarto grado de secundaria, en las áreas de comunicación y matemática, y recoger información sobre los factores asociados al rendimiento, con el fin de identificar a aquellos que muestran una mayor asociación con los resultados de aprendizaje de los estudiantes evaluados.

El modelo de evaluación estuvo referido a criterios, permitieron reportar lo que sabe el estudiante respecto de lo que debería saber de una competencia y capacidad específica, según lo establecido en el Diseño Curricular Nacional vigente al 2001.

El año 2004 se realizó la cuarta evaluación nacional del rendimiento estudiantil (EN 2004) con la finalidad de proporcionar información a escala de sistema sobre el grado de desempeño que los estudiantes demuestran respecto a las principales competencias de las áreas de Comunicación (Comprensión de Textos Escritos y

Producción de Textos) y Matemática, y del eje curricular de Formación Ciudadana. El diseño de la muestra de la EN 2004 fue representativo a nivel nacional (Urbano/Rural). También se recogió información sobre los factores asociados al rendimiento, con el fin de poder identificar aquellas variables que podrían estar incidiendo en los resultados de aprendizaje de los estudiantes evaluados.

La Evaluación Censal de Estudiantes 2006 (ECE 2006), realizó la primera Evaluación Censal de Estudiantes para recoger información sobre el rendimiento de los estudiantes de segundo grado de primaria en la competencia de Comprensión de Textos Escritos. Esta evaluación estuvo dirigida a los estudiantes de todas las instituciones educativas peruanas, tanto de gestión estatal como no estatal en los diferentes ámbitos del país (urbano y rural).

La Evaluación Censal de Estudiantes (ECE) del periodo 2006 al 2014, se aplica a los estudiantes de segundo grado de primaria para el periodo 2006-2014. En las áreas de Matemática y Comunicación. El diseño de la muestra es censal a nivel nacional. En este sentido, la evaluación alcanzó una cobertura del 98.4% de las Instituciones Educativas, con cinco o más estudiantes, y del 90.5% de la población estudiantil.

Los resultados se reportan en base a la muestra de control de cada ECE. Y los propósitos de las evaluaciones de logros de aprendizaje y los usos de sus resultados deben ser de amplia consideración y debate desde el inicio del proceso de establecimiento de un programa de pruebas o de un sistema de evaluación educacional más amplio. Todo ello trae consigo las bondades del enfoque, su metodología, los instrumentos e impacto de las pruebas y evaluaciones, los mismos que se tienen que

establecer en función de los objetivos nacionales del mejoramiento de la calidad educativa.

Como señala Ferrer, G. (2006) que “La difusión y el uso de los resultados de evaluación externa han sido, y aun son, aspectos particularmente débiles de la evaluación externa. La divulgación de los resultados de las pruebas nacionales e internacionales se vio fuertemente restringida durante la gestión presidencial de los años noventa, por tener un efecto negativo en la política educativa de turno.

Los datos recogidos en las aplicaciones de 1996 y 1998, así como los resultados de la prueba internacional de UNESCO fueron divulgados recién a partir del año 2000. También se han realizado talleres para la presentación y discusión de resultados con docentes y especialistas de órganos intermedios de gestión.

La dificultad principal en este terreno radica, hasta el momento, en lograr una divulgación efectiva de los informes oficiales, y en lograr que sus contenidos tengan impacto en la responsabilizarían política por los resultados, en el uso de los datos para el mejoramiento pedagógico y para la toma de decisiones de política educativa”.

2.2.2.10 El logro de aprendizaje en América Latina y el Caribe

Existe una extensa literatura internacional sobre los factores que afectan el logro de aprendizaje. Es ampliamente reconocido por Coleman et al (1996) que uno de los determinantes esenciales en dicho logro es la familia: su nivel de educación y sus características socioeconómicas. Como hemos señalado, tiende a existir bastante más

controversia sobre el efecto específico de otros factores: el nivel de gasto, las características de los profesores y escuelas, o lo que en general se denomina como los insumos del proceso educativo.

En los últimos 25 años se han realizado alrededor de un centenar de investigaciones que tratan de identificar los determinantes del logro de aprendizaje, en América Latina y el Caribe. Sin embargo, sólo recientemente encontramos algunos pocos estudios que incluyen específicamente funciones de producción, los que proporcionan una base más objetiva para el análisis de los factores que inciden en la calidad del aprendizaje. Estos estudios destacan que hay insumos educativos que contribuyen a la adquisición de habilidades cognitivas, independientemente de las características del medio familiar.

Algunas de estas investigaciones destacan que la disponibilidad de textos, y la provisión de infraestructura básica tiene una alta correlación con el logro de aprendizaje; y confirman la importancia de la educación pre-escolar para el logro de aprendizaje en la escuela primaria. Otras relaciones positivas, incluyen: métodos de enseñanza más personalizada y flexible, formación docente inicial, experiencia del profesor, asistencia del profesor a clases, tiempo dedicado al aprendizaje, tareas para la casa, participación de los padres y la cobertura del currículo.

En términos comparativos, si bien existen pocas estadísticas del logro de aprendizaje en América Latina, ellas tienden a señalar con claridad que el desempeño de los países de América Latina y el Caribe es significativamente inferior al del mundo desarrollado y al de la mayoría de los países asiáticos.

En 1992, cinco países de la región participaron en un estudio piloto del “Third International Mathematics and Science Study (TIMSS)”, que son pruebas de ciencias y matemáticas a estudiantes de 13 años de edad, cuya muestra estuvo estratificada en escuelas privadas de elite, privadas de menor categoría o públicos de mejor categoría, públicas de menor categoría y públicas rurales. Los países participantes fueron Argentina, Colombia, Costa Rica, República Dominicana y Venezuela. De acuerdo con el informe de: The Economist (1997), los resultados ubicaron a las escuelas públicas por debajo del promedio obtenido en Estados Unidos, salvo Costa Rica que fue la excepción, debido al mejor desempeño relativo de las escuelas públicas rurales. Cabe hacer notar, que el tamaño de la muestra no se obtuvo con métodos científicos por lo que se consideran estos resultados sólo para efectos ilustrativos.

Por su parte la UNESCO realizó el Primer Estudio Internacional Comparativo de Lenguaje, Matemática y Factores Asociados en 1997. Se aplicaron pruebas de lenguaje y matemática a los alumnos de tercero y cuarto grado de enseñanza básica, en trece países de América Latina. De acuerdo con el informe de la UNESCO (1998), estos son: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Honduras, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, Costa Rica, México y Perú. Cabe resaltar que los resultados de estos últimos tres países no se incluyen en el informe.

2.2.2.11 Sistemas que miden el logro de aprendizaje de calidad

Como consecuencias del interés creciente por la evaluación comparada, han surgido variadas organizaciones internacionales que buscan promover y desarrollar esta iniciativa: IEA (The International Association for the Evaluation of Educational Achievement), IAEP (International Assessment for Educational Progress), PISA

(Programme for Indicators of Student Achievement), TIMSS (Third International Mathematics and Science Study). En nuestro país también nace el UMC (Unidad de Medición de la Calidad Educativa) como procedimiento de evaluación nacional y encargado de ejecutar las evaluaciones internacionales realizadas en Perú.

Haremos una breve revisión de las iniciativas más importante y actuales con el fin de ilustrar sus objetivos y focos de medición.

Desde 1994 se vienen aplicando en más de 45 países la prueba TIMSS o Tercer Estudio Internacional de Matemáticas y Ciencias. Estas disciplinas son parte importante del currículo escolar y son sectores básicos para la integración del individuo a un mundo cada vez más tecnificado. El adecuado aprendizaje de estas habilidades instrumentales básicas aporta decididamente al desarrollo de hábitos de razonamiento riguroso y crítico. El objetivo del estudio es conocer el nivel de logro de aprendizaje de los estudiantes, comparar los resultados entre países y tratar de explicar las diferencias observadas en función de las distintas características de los sistemas educativos.

Se han evaluado estudiantes de 9, 13 y 17 años. Sin embargo, el núcleo central del estudio son los alumnos de 13 años. Han participado en total más de 500.000 alumnos de 15.000 establecimientos de 45 países de todo el mundo.

El Proyecto Internacional para la Producción de Indicadores de logro de aprendizaje de los Estudiantes, denominado PISA es dependiente de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y tiene como objetivo la producción de indicadores educativos sobre los sistemas de sus países miembros que incluyen datos comparativos internacionales del logro de aprendizaje de los estudiantes. Este programa tiene como objeto obtener resultados de los estudiantes de una manera

permanente y sistemática que permita el cálculo de indicadores relevantes, válidos y fiables, así como el estudio de sus variaciones a lo largo del tiempo, de una manera regular, eficaz y eficiente, en la que sea adecuada la relación costo-beneficio. Las áreas de medición se establecen en Lectura, Ciencias y Matemática.

La UMC, dependiente del Ministerio de Educación (MINEDU) Intenta contribuir al mejoramiento de la calidad y equidad de la educación informando sobre los desempeños de los estudiantes. También informa sobre el contexto escolar y familiar en el que aprenden los alumnos: escuela, los profesores, las clases, los alumnos y sus familias. La UMC está a cargo de las evaluaciones nacionales e internacionales.

La utilidad de este sistema está centrada en conocer el logro de la institución educativa en determinados sectores de aprendizajes en comparación con los años anteriores; conocer si se obtiene un puntaje promedio mejor, peor, o similar que otras instituciones educativas del país, de la comuna, o similares; evaluar las iniciativas implementadas en la escuela. También es el organismo encargado de gestionar las evaluaciones internacionales para en que el país participa.

Todos estos sistemas de medición tienen como soporte la TRI (Teoría de Respuesta al Ítem) como forma de validar pedagógica y estadísticamente los desempeños de los estudiantes examinados en las pruebas.

2.2.2.12 El logro de aprendizaje en el Perú

En consonancia con esa caracterización y en directa relación con los propósitos de la investigación, es necesario conceptuar el logro de aprendizaje. Sobre la evaluación académica hay una variedad de postulados que pueden agruparse en dos categorías: aquellos dirigidos a la consecución de un valor numérico (u otro) y aquellos

encaminados a propiciar la comprensión (insight) en términos de utilizar también la evaluación como parte del aprendizaje. En el presente trabajo interesa la primera categoría, que se expresa en los calificativos escolares.

Según Fernández (1983); citado por Reyes (1988, p. 37). “Las calificaciones son las notas o expresiones cuantitativas o cualitativas con las que se valora el nivel de logro de aprendizaje en los estudiantes. Las calificaciones son el resultado de los exámenes o de la evaluación continua a que se ven sometidos los estudiantes. Medir o evaluar los logros de aprendizaje es una tarea compleja que exige del docente obrar con la máxima objetividad y precisión”.

Según Miljanovich (2000, p. 78), “En el sistema educativo peruano, en especial en las universidades, la mayor parte de las calificaciones se basan en el sistema vigesimal, es decir de 0 a 20. Asimismo Digebare, (1980); citado por Reyes (1988, p. 18). “El Sistema en el cual el puntaje obtenido se traduce a la categorización del logro de aprendizaje, el cual puede variar desde aprendizaje bien logrado hasta aprendizaje deficiente”, basándonos en el siguiente cuadro:

Tabla 3

El logro de aprendizaje en el Perú

Notas	Valorización
15 – 20	Aprendizaje bien logrado.
11 – 14	Aprendizaje regularmente logrado.
10 – 0	Aprendizaje deficiente.

Fuente: Reyes (1988)

2.2.2.13 El argumento de la calidad en el logro de aprendizaje

Existe una numerosa y variada literatura nacional e internacional que aborda el tema de la calidad en el logro de aprendizaje. A partir de dichos documentos, se puede señalar la presencia de algunos enfoques:

El desarrollo cognitivo

Centrado en la importancia del desarrollo cognitivo de los estudiantes durante el proceso educativo. Aquí se define calidad educativa como la “medida en la cual la entrega del currículum escolar está materializando los resultados de aprendizajes establecidos por los estándares de educación (lo que el estudiante debe saber y ser capaz de hacer como producto de su escolarización” (Griffit, 2006, p. 46).

Este enfoque plantea la dificultad de que “los métodos para incrementarla no son ni sencillos ni universales” (UNESCO, 2005) y requieren, el establecimiento de sistemas de medición adecuados, que entreguen información relevante sobre las características cognitivas y de aprendizaje de los estudiantes, que permita la implementación, a corto, mediano y largo plazo, de procesos de mejoramiento que consideren las características individuales y el contexto social de los estudiantes.

Una de las primeras declaraciones en torno a la calidad de UNESCO se puede obtener en el informe “Aprender a ser – La educación del futuro” (Fauré, 1973), que plantea como fundamento ineludible la erradicación de las desigualdades y la democracia equitativa.

Jacques Delors (1996) en su informe “La educación encierra un tesoro”, resumen del trabajo de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI de UNESCO, plantea que la educación descansa sobre cuatro pilares básicos:

Aprender a conocer: como medio para aprender a comprender el mundo, lo suficiente como para vivir con dignidad, buscando desarrollar el placer de comprender, conocer, descubrir.

Aprender a hacer: centrado en la aplicación práctica de lo que se aprende, de comunicarse, trabajar con los demás y solucionar conflictos.

Aprender a vivir juntos: desarrollando la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia, respetando los valores sociales.

Aprender a ser: basado en el desarrollo de las competencias personales que permitan el surgimiento de la autonomía y la responsabilidad personal.

Estos pilares entienden el proceso educativo como un todo, que involucra aspectos individuales y sociales de los individuos, demandando de las instituciones la implementación de dinámicas y procesos que aseguren el logro de estos objetivos, para satisfacer los requerimientos de los estudiantes y de la sociedad, en general.

UNICEF (2000), por su parte, destaca cinco dimensiones de la calidad educativa (los estudiantes, los entornos, los contenidos, los procesos y los resultados), basándose principalmente en los contenidos de la Convención sobre los Derechos del Niño, que hacen especial hincapié en lo que se denomina dimensiones deseables de la calidad, basadas en “los derechos del niño como persona y el derecho de todos los niños a la supervivencia, la protección, el desarrollo y la participación”.

Papel de la educación y las instituciones de educación

El papel que tiene la educación se centra en el estímulo del desarrollo creativo y emocional de los educandos; la contribución a los objetivos de paz, civismo y seguridad; la promoción de la igualdad; y la transmisión de valores culturales, tanto universales como locales, a las generaciones futuras. Muchos de esos objetivos se definen y enfocan de diversas maneras en el mundo. El grado de su consecución es más difícil de determinar que el desarrollo cognitivo.

2.2.2.14 Dimensiones del logro de aprendizajes según tipo de contenidos

El nivel de logro de aprendizajes se dimensiona en tres tipos de contenido bien diferenciados y que no siempre se dan simultáneamente. Es decir, según se trate de

datos, conceptos, habilidades, destrezas, o actitudes, deberán considerarse situaciones de aprendizaje diferentes:

Aprendizaje de contenidos conceptuales (dominio cognitivo):

Se refiere tanto al aprendizaje de contenidos factuales (básicamente datos), como a los contenidos propiamente conceptuales (ideas, conceptos) que los estudiantes deben alcanzar en una etapa determinada de su formación.

Contenidos factuales: Son hechos, acontecimientos, situaciones, datos y fenómenos concretos. Nos referimos a información del tipo: la edad de alguien, una fecha, un nombre, la altura de una montaña, códigos, axiomas, etc. Información que debemos saber porque asociada a otro tipo de contenidos, más complejos, permitirán comprender los problemas de la vida cotidiana y profesional.

¿Cómo se aprenden los hechos?: Primero es necesario discriminar la naturaleza de los hechos, hay hechos que no reconocen interpretación, se sabe o no un nombre, un símbolo o una valencia determinada. En estos casos su aprendizaje se verifica con la reproducción literal del mismo. De otra parte están otros hechos que permiten una reproducción diversa, como un relato sobre el argumento de una obra de teatro, o la descripción de un suceso, y en los que el aprendizaje supone la incorporación de todos los componentes del hecho, e implican un recuerdo con la mayor fidelidad (y no textualidad) posible.

Aprender hechos supone en síntesis, repetición, memorización, las que a su vez requieren de estrategias que permitan una asociación significativa entre ellos y otros conceptos o situaciones. Para ello, se usan listas o agrupaciones

significativas, cuadros, o representaciones gráficas, visuales, o asociaciones con otros conceptos fuertemente asimilados.

Conceptos y principios: Los conceptos aluden a un conjunto de hechos, objetos o símbolos que tienen características comunes (mamífero, ciudad, potencia, concierto); y los principios, a los cambios en los hechos, objetos o situaciones en relación con otros (leyes de termodinámica, principio de Arquímedes, el tercio excluido, etc.). En ambos casos su aprendizaje requiere comprender de qué se trata, qué significa. Por tanto no basta su aprendizaje literal, es necesario que el estudiante o aprendiz sepa utilizarlo para interpretar, comprender o exponer un fenómeno. Por ello, aprender conceptos y principios es toda una reforma de las estructuras mentales. Implica una construcción personal, una reestructuración de conocimientos previos, con el fin de construir nuevas estructuras conceptuales que permitan integrar tanto estos conocimientos como los anteriores, a través de procesos de reflexión y toma de conciencia conceptual.

Para que el estudiante aprenda este tipo de contenido es necesario:

Relacionarlo con los conocimientos previos, con experiencias cercanas, "conocidas" por los sujetos.

Asegurar la relación entre los conceptos involucrados.

Realizar actividades que otorguen significatividad y funcionalidad a los nuevos conceptos y principios que presenten retos ajustados a las posibilidades reales.

Instrumentos para evaluar el dominio cognitivo: Son instrumentos que sirven para valorar los procesos internos que se traducen en hechos observables. Entre estos instrumentos tenemos:

Preguntas de doble alternativa (pruebas objetivas)

Preguntas de correspondencia (pruebas objetivas)

Preguntas de selección múltiple (pruebas objetivas)

Preguntas de respuesta breve y para completar (prueba de ensayo).

Aprendizaje de contenidos procedimentales (dominio psicomotor o destrezas):

Zabala (2008, p.116) se refiere a los contenidos procedimentales señalando lo siguiente: "un contenido procedimental - que incluye entre otras cosas las reglas, las técnicas, los métodos, las destrezas o habilidades, las estrategias, los procedimientos- es un conjunto de acciones ordenadas y finalizadas, es decir dirigidas a la consecución de un objetivo".

El aprendizaje procedimental se refiere a la adquisición y/o mejora de nuestras habilidades, a través de la ejercitación reflexiva en diversas técnicas, destrezas y/o estrategias para hacer cosas concretas. Se trata de determinadas formas de actuar cuya principal característica es que se realizan de forma ordenada: "Implican secuencias de habilidades o destrezas más complejas y encadenadas que un simple hábito de conducta".

¿Qué condiciones son fundamentales para el aprendizaje de contenidos procedimentales?: La realización de las acciones que conforman los procedimientos es una condición fundamental para el aprendizaje: se aprende a hablar, hablando; a dibujar, dibujando; a observar, observando. Para ello:

La ejercitación múltiple es necesaria para el aprendizaje de una técnica, no basta con realizar alguna vez las acciones del contenido procedimental, hay que realizar tantas veces como sea necesario las diferentes acciones o pasos de dichos contenidos de aprendizaje.

La reflexión sobre la misma actividad es un elemento imprescindible que permite tomar conciencia de la actuación. No basta con repetir el ejercicio habrá que ser capaz de reflexionar sobre la manera de realizarlo y sobre las condiciones ideales de su uso. Esto implica realizar ejercitaciones, pero con el mejor soporte reflexivo que nos permita analizar nuestros actos, y por consiguiente, mejorarlos.

Por eso hace falta tener un conocimiento significativo de contenidos conceptuales asociados al contenido procedimental que se ejercita o se aplica. Así por ejemplo, se puede revisar una composición a partir de un conjunto de reglas morfosintácticas que permitan establecer errores y hacer modificaciones posteriores.

La aplicación en contextos diferenciados se basa en el hecho de que aquello que hemos aprendido será más útil en la medida en que podamos utilizarlo en situaciones siempre imprevisibles. Las ejercitaciones han de realizarse en

contextos diferentes para que los aprendizajes puedan ser utilizados en cualquier ocasión.

La secuencia de los contenidos procedimentales: Para organizar una adecuada secuencia de contenidos procedimentales conviene asegurar primero el dominio de aquellos procedimientos considerados como básicos, es decir, que respondan a necesidades urgentes a satisfacer, como por ejemplo la manipulación correcta de los objetos utilizados en el laboratorio. Así tenemos que:

Asegurar el aprendizaje de aquellos procedimientos que resulten más potentes que otros de cara a la solución de tareas, es requisito para otros aprendizajes. Por ejemplo la descripción es previa a la interpretación y a la explicación.

Atender primero aquellos procedimientos que son más simples, basándose en el grado de conocimiento y práctica de los estudiantes, teniendo en cuenta que pueden lograrse niveles distintos de complejidad en el aprendizaje de contenidos procedimentales y en este sentido, el profesor deberá ser consciente del nivel de profundidad al que quiere llegar con sus estudiantes. Si lo que se busca es que el estudiante domine una técnica bastará con repetirla varias veces hasta que su empleo se vuelva casi inconsciente.

De otro lado, si lo que se pretende es que el estudiante aprenda una estrategia y no sólo domine una técnica, además de la repetición de las acciones a realizar, resultará fundamental acompañar esta repetición con una constante reflexión y evaluación de las acciones con el fin de mejorar su empleo y posteriormente transferirlo a situaciones más complejas. En este sentido podríamos establecer distintos niveles en el aprendizaje de procedimientos según se trate del aprendizaje de técnicas o estrategias: se aplican a situaciones iguales, se aplican a situaciones diferentes, se hace un uso estratégico de ellos, se recrean

procedimientos alternativos, se recrean procedimientos alternativos y además se justifica su pertinencia.

Instrumentos para evaluar el dominio psicomotor o destrezas: En este dominio los instrumentos se caracterizan por el modo en que se registran las respuestas. Se utilizan instrumentos que nos permitan registrar información sobre el avance o progreso del desarrollo de las habilidades y destrezas de los estudiantes en la ejecución de operaciones y tareas prácticas, manipulación de herramientas y materiales. Entre estos instrumentos tenemos:

Cuadro de progresión de operaciones

Lista de cotejo

Aprendizaje de contenidos actitudinales (dominio afectivo):

Zabala (2008, p.116) se refiere a los contenidos actitudinales como: "tendencias o disposiciones adquiridas y relativamente duraderas a evaluar de un modo determinado un objeto, persona, suceso o situación y a actuar en consonancia con dicha evaluación".

Son disposiciones afectivas y racionales que se manifiestan en los comportamientos, por ello, tienen un componente conductual (forma determinada de comportarse) rasgos afectivos y una dimensión cognitiva no necesariamente consciente. En este sentido, señala Zabala (2008, p.117), que "la consistencia de una actitud depende en buena medida de la congruencia entre distintos componentes. Una actitud será más firme y consistente, y con ello más estable y transferible, cuando lo que hacemos es congruente con lo que nos gusta y lo que

creemos." Las actitudes se adquieren en la experiencia y en la socialización y son relativamente duraderas.

Aprendizaje actitudinal por persuasión: Se ha comprobado que un mensaje es lo suficientemente persuasivo para modificar una actitud existente, cuando se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

La fuente emisora: debiera tratarse de una persona o de un medio con el que el aprendiz se identifique.

El mensaje emitido: el mensaje debe ser comprensible, utilizando un lenguaje y un contexto adecuado para el aprendiz.

Se debe adoptar una adecuada estructura argumental y, dependiendo de la complejidad del propio mensaje, debe ser reiterativo o no; así como incluir conclusiones o dejar que el propio aprendiz las extraiga por sí mismo.

Finalmente también influyen algunos rasgos del receptor: su grado de acuerdo con el mensaje recibido, su autoestima en ese dominio, o su experiencia previa en el mismo.

Aprendizaje actitudinal por modelado: Uno de los procesos más relevantes para el aprendizaje de actitudes es el modelado. Los aprendices tienden a adoptar en su aprendizaje actitudes congruentes con los modelos que han recibido. En este sentido, destaca Zabala (2008, p.117): "no reproducimos cualquier modelo que observamos, sino con mayor probabilidad aquellos con los que nos identificamos, con los que creemos o queremos compartir una identidad común.

Aprendizaje actitudinal a partir del conflicto socio cognitivo: El conflicto socio cognitivo, "es el que se produce entre las propias actitudes y las del grupo de referencia".

La introducción de conflictos o inconsistencias en el aprendizaje actitudinal puede resultar efectivo puesto que desestabiliza y fomenta el cambio: cuando percibimos que el grupo con el que nos identificamos mantiene actitudes diferentes a las nuestras, es más fácil que cambiemos actitudes. Se pretende que la persona tome consciencia que lo que hace no necesariamente corresponde con lo deseable, en este sentido estaríamos intentando hacer explícito lo deseable y provocar luego una autoevaluación sobre eso.

Buscamos en última instancia, que exista una coherencia interna entre lo que la persona cree, lo que comprende y lo que siente, teniendo en cuenta que muchos de los problemas actitudinales residen en esta contradicción interna de la persona en donde el actuar no corresponde con el sentir ni con las creencias.

En este sentido, hacemos explícita y evidente esta situación en el aula con el fin de desarrollar comportamientos más coherentes a partir de la toma de consciencia de las propias contradicciones.

Instrumentos para evaluar el dominio afectivo: El dominio afectivo está referido a los sentimientos y actitudes que experimenta, en ese caso, el estudiante durante el proceso formativo. Los instrumentos que permiten medirlos deben apuntar a recoger este tipo de respuestas, para ello se emplea técnicas como la observación y los test. Entre estos instrumentos tenemos:

Registros de rasgos

Registro anecdótico

Fichas de autoevaluación

Fichas de coevaluación

Fichas de seguimiento de actitudes

2.2.2.15 Factores que inciden en el logro de aprendizaje

El logro de aprendizaje, en la investigación, se manifiesta a través de un índice de eficacia, eficiencia y efectividad, producto de la enseñanza – aprendizaje, que de acuerdo con Miljánovich (2000, p. 12), es: “...representada por los promedios ponderados de las notas de asignaturas”.

El logro de aprendizaje ha sido condicionado a una serie de factores, aquellos de orden social, psicológicos, etc. y el estudio de la mayor parte de estos factores, no ha sido realizado con profundidad, tan solo han sido realizados como hechos aislados, y con resultados también parciales. Los especialistas han determinado que entre los factores condicionantes de la calidad del aprendizaje están los siguientes:

Factores endógenos: Relacionados directamente a la naturaleza psicológica o somática del individuo, manifestándose éstas en el esfuerzo personal, motivación, predisposición, nivel de inteligencia, hábitos de estudio, actitudes, ajuste emocional, adaptación al grupo, edad cronológica, estado nutricional, deficiencia sensorial, perturbaciones funcionales y el estado de salud física entre otros.

Factores exógenos: Son todos aquellos factores que influyen desde el exterior en el logro de aprendizaje.

En el ambiente social encontramos: el nivel socioeconómico, procedencia urbana o rural, conformación del hogar, etc.

En el ámbito educativo: tenemos la metodología del docente, los materiales educativos, la infraestructura, sistemas de evaluación, etc.

Como tal carece de fundamento sostener que el logro de aprendizaje sea influenciado por un determinado factor, se puede afirmar por el contrario, que existen múltiples factores concurrentes e interactuantes entre sí, ya que los estudiantes por vivir en sociedad, necesariamente se ven influenciados por una serie de factores endógenos y exógenos que van a incidir en su aprendizaje.

2.2.2.16 Causas del bajo logro de aprendizaje

El grado de emotividad, acompañado de un grado intenso de ansiedad es incapacitante y por consiguiente produce un bajo logro de aprendizaje.

Las condiciones precarias de vida, hasta ciertos puntos inhumanos, pobreza crítica, desempleo, analfabetismo, altas tasas de morbilidad, mortalidad infantil y privación sociocultural, tienen efectos negativos sobre el desarrollo psicológico del niño o adolescente. Otros factores que inciden en los resultados educativos son el entorno del hogar, el nivel de educación de los padres, el entorno socioeconómico, y los recursos escolares.

Miljánovich (2000, p. 13), dice que: Hay suficiente evidencia para sostener que cuando estos niños o adolescentes llegan a la escuela, o universidad acusan además de déficits intelectuales y alteracionales en el comportamiento emocional, carencia de habilidades para el aprendizaje. Bajo estas circunstancias es fácil inferir que acusan bajo

logro de aprendizaje y fracaso académico, y como corolario haya altas tasas de repitencia y de retraso; asimismo, muestran apatía, pobre atención, reducida sensibilidad social, dificultades para tolerar la frustración, iniciativa, ansiedad, irritabilidad y alta dependencia que comprometen la economía del Estado.

El estrés también es una causa del bajo logro de aprendizaje, cuando un sujeto está motivado hacia una meta determinada y encuentra un obstáculo que lo detiene se presenta la frustración y se produce el estrés. Así también el incentivar la asistencia de los alumnos a clase la cual en nuestro país puede tener muchas razones para no ser así, es un punto importante. O sea, el solo hecho de estar presente en la escuela, por ese solo hecho hay un mejor resultado. Aquellas escuelas que tienen una estructura de disciplina en el aula clara y definida tienen mejor logro de aprendizaje.

2.2.2.17 Evaluación del logro de aprendizaje

El término evaluación tiene una serie de definiciones dependiendo del enfoque que se le dé, Ugarriza (1998, p. 23), lo considerada como juicio de expertos, como sinónimo de medición, como congruencia entre objetivos y logros como uso de información útil para juzgar alternativas de decisión.

Etapas de la Evaluación

La evaluación de los aprendizajes, atraviesa por una serie de etapas necesarias en el desarrollo de una asignatura, así tenemos:

Evaluación Diagnóstica: Se lleva a cabo en forma preliminar antes de impartir los contenidos de una asignatura, es obtener información real del estudiante, con la finalidad de indagar qué conocimientos tiene antes de iniciar el curso, los mismos

que se supone deben haber adquirido en las asignaturas consideradas como prerrequisitos, constituyendo la base sobre la que se impartirán nuevos conocimientos, que desde la teoría del aprendizaje significativo es averiguar qué sabe el estudiante, y que tiene en su estructura mental. Tiene por finalidad adoptar medidas correctivas para alcanzar los objetivos previstos.

Evaluación formativa: Este tipo de evaluación tiene como fundamento la verificación constante de los aprendizajes en base a los objetivos propuestos, con esta modalidad de evaluación se permite identificar con prontitud y en su oportunidad, los problemas que se pueden ir generando en el desarrollo de la asignatura, para de inmediato realizar la corrección respectiva, la retroalimentación en el momento preciso para hacer los ajustes que los estudiantes necesitan. Así tenemos:

De acuerdo con Ugarriza (1998, p. 24), con la evaluación formativa se exploran aquellos aprendizajes que ya hemos efectuado de modo que cubran los conocimientos que se espera conseguir con la enseñanza.

Es así que en el marco de la evaluación formativa, no se espera –como usualmente se hace– que concluya la asignatura, para saber si realmente se cumplieron o no los objetivos, cuando de lo que se trata es que durante todo el proceso de enseñanza – aprendizaje, se debe de ir conociendo cuál es el avance o las dificultades que el estudiante suele presentar en su formación. Tal como lo indica Orlich (1994, p. 7), que la característica esencial de la evaluación formativa es el que los “datos crudos” se recolectan para tomar decisiones. Pero, lo más importante es que las correcciones se realizan sobre la marcha, de tal modo que la retroalimentación se utiliza en el momento que se requiere, en vez de resolverla para hacer un juicio final. Sobre la base de la pregunta: ¿están logrando los estudiantes los resultados esperados?, con la finalidad de aplicar medidas correctivas.

Evaluación Sumativa: Los datos obtenidos en esta evaluación, conducen al docente a conocer y comparar la calidad del aprendizaje alcanzado por los estudiantes para efectos de promoción, asignación de grados o certificados, sobre la base de las calificaciones o puntajes obtenidos, a diferencia de la evaluación formativa que sirve básicamente como elemento eficaz de retroalimentación.

2.3 Definición de términos

Aprendizaje: Es la asimilación comprensiva y transformadora de contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales que lleva a cabo el aprendiz en interacción permanente con su medio y para el dominio gradual de este. Es el proceso y el resultado de la asimilación, comprensión y cambio de conducta generado por la experiencia y que tiene carácter relativamente permanente.

Aprender a conocer: Medio para aprender a comprender el mundo, lo suficiente como para vivir con dignidad, buscando desarrollar el placer de comprender, conocer, descubrir.

Aprender a emprender: Que añade al conocimiento y al dominio de las tecnologías, la capacidad de atreverse, de asumir riesgos, de dar respuestas creativas a los desafíos y problemas que la sociedad actual nos presenta, ya sea como individuos o grupos humanos.

Aprender a hacer: Es todo lo que se centra en la aplicación práctica de lo que se aprende, de comunicarse, trabajar con los demás y solucionar conflictos.

Aprender a vivir juntos: Es desarrollar la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia, respetando los valores sociales.

Aprender a ser: Es todo lo basado en el desarrollo de las competencias personales que permitan el surgimiento de la autonomía y la responsabilidad personal.

Control: Es la forma de cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.

Didáctica: Es la rama de la ciencia pedagógica cuyo objeto de estudio son los procesos de enseñanza – aprendizaje y, más específicamente, las estrategias, métodos, técnicas y procedimientos de enseñanza.

Dirección: Es aquel que implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.

Empresa: es un conjunto de personas y recursos que generan ingresos vendiendo sus productos o servicios a un público determinado

Empresario: es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

Educación: Es el proceso de formación de la persona humana que implica el despliegue gradual de sus potencialidades en términos de autodesarrollo perfeccionante y socioculturalmente determinado.

Estudiantes: Personas que se encuentran cursando estudios secundarios (Tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca).

Gestión empresarial: es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

Logro de aprendizajes: Expresión relativa de la capacidad del estudiante para aprender a consecuencia de un proceso de enseñanza, determinando logros académicos cuantitativos y cualitativos a lo largo de un periodo académico.

Métodos de enseñanza: Se define al método como el camino para llegar a un fin determinado, y el método de enseñanza viene a ser el conjunto de técnicas y procedimientos, que permiten una adecuada y efectiva transferencia, adquisición y creación del conocimiento, a fin de lograr aprendizajes significativos.

Organización: Es donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto.

Planificación: Se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos.

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general:

La aplicación del programa de gestión empresarial influye significativamente en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

3.1.2 Hipótesis específicas:

- H₁** La aplicación del programa de gestión empresarial, influye significativamente en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.
- H₂** La aplicación del programa de gestión empresarial, influye significativamente en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una

empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

H₃ La aplicación del programa de gestión empresarial, influye significativamente en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

3.2 Variables

Variable independiente: Programa de gestión empresarial

Variable dependiente: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

3.3 Operacionalización de variables

Tabla 4

Matriz de operacionalización de la variable independiente: Programa de gestión empresarial:

Dimensión	Indicador	Ítem	Escala	Rango
D1 Unidad de aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	I1 Taller 1. Creando nuestra empresa.	---	---	---
	I2 Taller 2. Conociendo el mercado.			
	I3 Taller 3. Formalizando nuestra empresa.			
D2 Unidad de aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	I4 Taller 4. Planeando el proceso de producción.	---	---	---
	I5 Taller 5. Costos del proceso de producción.			
	I6 Taller 6. Evaluando el proceso de producción.			
	I7 Taller 7. Gestión financiera.			
D3 Unidad de aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	I8 Taller 8. Comercializando nuestro producto.	---	---	---
	I9 Taller 9. Cultura empresarial.			
	I10 Taller 10. Analizando mis resultados.			
Rango Total Instrumento				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5

Matriz de operacionalización de la variable dependiente: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio:

Dimensión	Indicador	Ítem	Escala	Rango
D₁ Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	I₁ Creando nuestra empresa. I₂ Conociendo el mercado. I₃ Formalizando nuestra empresa.	Puntajes:	Niveles:	Mínimo
		1: 00-10	1: Deficiente	(00)
		2: 11-14	2: Regular	
		3: 15-17	3: Bueno	Máximo
		4: 18-20	4: Muy bueno	(20)
		Puntajes:	Niveles:	Mínimo
		1: 00-10	1: Deficiente	(00)
		2: 11-14	2: Regular	
D₂ Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	I₄ Planeando el proceso de producción. I₅ Costos del proceso de producción. I₆ Evaluando el proceso de producción. I₇ Gestión financiera.	3: 15-17	3: Bueno	Máximo
		4: 18-20	4: Muy bueno	(20)
		Puntajes:	Niveles:	Mínimo
		1: 00-10	1: Deficiente	(00)
D₃ Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	I₈ Comercializando nuestro producto. I₉ Cultura empresarial. I₁₀ Analizando mis resultados.	2: 11-14	2: Regular	
		3: 15-17	3: Bueno	Máximo
		4: 18-20	4: Muy bueno	(20)
		Rango Total Instrumento		
			Máximo puntaje 60/3=20	

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IV

Metodología

4.1 Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo.

Hernández, et al (2014, pp. 4-5) señala que el enfoque cuantitativo consiste en un conjunto de procesos, ósea “...es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se Traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se establece una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis.

Se tomó el enfoque cuantitativo porque se pretende obtener la recolección de datos para conocer o medir el fenómeno en estudio y encontrar soluciones para la misma. Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende *medir*, los fenómenos estudiados deben poder observarse o *referirse* al “mundo real”. Hernández, et al (2014, p. 5).

4.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada. La presente investigación de acuerdo a su tipo de estudio en razón de los propósitos y la naturaleza del problema se encuentra clasificada dentro de la investigación aplicada y se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinadas situaciones concretas y las consecuencias prácticas que de ella se deriven.

Sánchez y Reyes (2006, p.27) sostiene que la investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar; le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal, asimismo por ser una puesta en práctica del saber científico, constituye el primer esfuerzo para transformar los conocimientos científicos en tecnología, de allí que pueda confundirse en algún momento con la investigación tecnológica.

El método empleado en este trabajo será:

El método experimental, este método consiste en organizar deliberadamente condiciones, de acuerdo con un plan previo, con el fin de investigar las posibles relaciones causa – efecto exponiendo a uno o más grupos experimentales a la acción de

una variable experimental y contrastando sus resultados con grupos de control o comparación.

El método experimental, metódicamente se opone al método descriptivo (Hernández et al, 2014, p. 130), señala que el experimento es la “...situación de control en la cual se manipulan, de manera intencional, una o más variables independientes (causas) para analizar las consecuencias de tal manipulación sobre una o más variables dependientes (efectos)”.

Hacen uso de esta tipología experimental los diseños experimentales de tres clases: a) preexperimentos, b) experimentos “puros” y c) cuasiexperimentos.

4.3 Diseño de investigación

El diseño empleado en la presente investigación fue básicamente un diseño cuasiexperimental preprueba y posprueba, grupo experimental y grupo de control. De acuerdo con (Hernández et al, 2014, p.151), “...los diseños cuasiexperimentales, también, manipulan deliberadamente, al menos, una variable independiente para observar su efecto sobre una o más variables dependientes”. El diagrama es el siguiente:

Diagrama 1

Diseño de Investigación Cuasiexperimental

G₁	O₁	X	O₂
G₂	O₃	—	O₄

En donde:

G_1	=	Grupo experimental: Aplicación del programa de gestión empresarial.
G_2	=	Grupo control: Aplicación del método tradicional.
O_1 y O_2	=	Observaciones del grupo experimental antes y después del experimento.
O_3 con O_4	=	Observaciones del grupo control.
X	=	Tratamiento experimental (Programa de mejoramiento).
–	=	Sin tratamiento. (Ausencia de estímulo).

4.4 Población y muestra

4.4.1 Población

Para los fines de la presente investigación, la población estuvo conformado por **112** estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015.

4.4.2 Muestra

Esta muestra es no probabilística porque la conformación de los grupos estuvo previamente determinada al experimento a realizar, es decir, no se influyó en la conformación de los grupos.

(Hernández et al, 2014, p.176), señala que “...en la muestras no probabilísticas, la elección de los elementos que conforman la muestra no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador. Aquí, el procedimiento no es mecánico, ni en base a fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de

un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación”.

Por ello la selección de los grupos que conformaron la investigación, se hizo de manera intencionada, con dos grupos de estudiantes del mismo salón y según especialidad, del tercero de secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, tal como se muestra en la tabla:

Tabla 6
Muestra de estudiantes

IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe		Muestra
“Educación para el trabajo”	Grupo Experimental: Grupo “A” (3° A)1	15
	Grupo de Control : Grupo “B” (3° A)2	15
Total		30

Fuente: ESCALE 2015.

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información

4.5.1 Técnicas

Según (Hernández, et al, 2014, p. 14) “...las técnicas de recolección de los datos pueden ser múltiples. Por ejemplo, en la investigación cuantitativa: cuestionarios cerrados, registros de datos estadísticos, pruebas estandarizadas, sistemas de mediciones fisiológicas, aparatos de precisión, etc.”.

En lo concerniente a la variable independiente, con el objeto de generar el estímulo o causa (aplicación del programa de gestión empresarial) en forma tal que sea considerado válido, fiable y objetivo, se empleó la técnica del experimento y su correspondiente instrumento: el material o módulo experimental.

Asimismo respecto a la variable dependiente, para los fines de recolectar los datos sobre los efectos o consecuencias producidos por la inducción de la variable independiente en las clases teóricas, se utilizó la técnica de evaluación educativa, cuyo instrumento es la prueba pedagógica o test de rendimiento. Acorde a la literatura revisada, la prueba objetiva constituye un instrumento pertinente para medir la adquisición de información verbal.

En lo referido a las variables intervinientes, para los fines de controlar éstas: por ende, evitar la contaminación de los resultados y garantizar que estos sean realmente efectos de la variable experimental, se utilizó las técnicas de evaluación educativa y control de asistencia, con sus instrumentos, prueba pedagógica y registro de asistencia, respectivamente.

4.5.2 Instrumentos de recolección de información

(Hernández, et al, 2014, p.200), afirma que “...toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: *confiabilidad*, *validez*, y *objetividad*”. La confiabilidad se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. Validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir y no otro. La objetividad se refiere al grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador que lo administran, califican e interpretan.

Ahora bien, los instrumentos utilizados en la presente investigación –las pruebas pedagógicas (pretest y posttest) y el módulo experimental– fueron elaborados por la investigadora, siguiendo los procedimientos generales y específicos que se tienen al respecto. La verificación del cumplimiento de las condiciones o requisitos sacados a colación, se llevarán a cabo de la siguiente manera:

Pruebas pedagógicas: Las pruebas (pretest y posttest) fueron validados a través de dos procedimientos: La operacionalización de las variables y; el juicio de expertos. En

lo que concierne a este último, se solicitó la colaboración de tres doctores afines al área; a efectos de que procedieran, en forma personal, a revisar, analizar y emitir opinión sobre la validez de dichos instrumentos considerando los indicadores de: 1) claridad, 2) objetividad, 3) actualidad, 4) organización, 5) suficiencia, 6) intencionalidad, 7) consistencia, 8) coherencia, 9) metodología, 10) pertinencia. Asimismo, para facilitar el trabajo de los expertos, se les entregó la ficha de informe de opinión de expertos, cuyos resultados se consolidaron en una tabla de evaluación (pretest y postest).

Módulo experimental: La validez del material experimental fue verificado a través de los mismos procedimientos seguidos para la validación de las pruebas pedagógicas; es decir, mediante: La operacionalización de las variables y; el juicio de expertos. Para este último procedimiento, se contó con la colaboración de los mismos revisores de las pruebas pedagógicas, quienes usando las correspondientes fichas de informe de opinión de expertos, emitieron sus opiniones profesionales, cuyos resultados se consolidaron en una tabla de evaluación de contenido del módulo experimental.

Los instrumentos a emplear en la recolección de datos, se prepararon para cumplir diferentes objetivos relacionados a la investigación, los mismos que previamente se validaron, y calcularon los niveles de confiabilidad necesarios, a continuación se describe las características de cada uno de ellos:

Unidades de análisis: es decir los elementos de los cuales se recopiló la información para realizar la investigación, estuvieron constituidos por:

Estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca: A quienes se les aplicó los instrumentos de recolección de datos.

Docentes Universitarios: Docentes del área de Investigación dedicados a la docencia y especialistas en Ciencias de la Educación, a quienes se les entregó los distintos instrumentos de recolección de datos, luego emitieron el respectivo juicio de expertos en materia de su especialidad, con la finalidad de establecer la validez y la confiabilidad de los instrumentos.

Tabla 7

Instrumentos de recolección de información

Instrumentos de recolección de información	Fuente de información
Cuestionario de validación por juicio de expertos del contenido del programa de gestión empresarial;	Docentes universitarios
Cuestionario de validación por juicio de expertos del contenido de las Pruebas Competenciales (Preprueba y Posprueba) (Pruebas de conocimientos, procedimientos y actitudes).	Docentes universitarios
Programa de gestión empresarial (Módulo experimental) (Módulo de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio)	Estudiantes de la muestra
Pruebas Competenciales (Preprueba y Posprueba) (Pruebas de conocimientos, procedimientos y actitudes).	Estudiantes de la muestra

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2.1 **Módulo experimental de aprendizaje: “Programa de gestión empresarial” de emprendimiento de ideas de negocio.**

Descripción: Instrumento consistente en un módulo experimental de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, cuyos contenidos están directamente relacionados a la asignatura de Educación para el Trabajo. Su finalidad fue el empleo como método didáctico de enseñanza de gestión empresarial para los docentes y como método didáctico de aprendizaje para los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante la experimentación. (Véase Apéndice 1).

El programa de gestión empresarial fue diseñado con un total de tres unidades de aprendizaje, distribuidos en diez talleres didácticos de conocimientos, sobre la base de una tabla de especificaciones.

Tabla 8

Características del programa de gestión empresarial

Programa de gestión empresarial	Nombre de Talleres	N° de talleres
Unidad de aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	Taller 1. Creando nuestra empresa. Taller 2. Conociendo el mercado. Taller 3. Formalizando nuestra empresa.	3
Unidad de aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	Taller 4. Planeando el proceso de producción. Taller 5. Costos del proceso de producción. Taller 6. Evaluando el proceso de producción. Taller 7. Gestión financiera.	4
Unidad de aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	Taller 8. Comercializando nuestro producto. Taller 9. Cultura empresarial. Taller 10. Analizando mis resultados.	3
Total		10

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2.2 Prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio.

Descripción: Instrumento consistente en una prueba única de evaluación de carácter objetiva (preprueba y posprueba), cuyos ítems están directamente relacionados al grado de correspondencia con los contenidos y las competencias específicas del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio. Su finalidad fue medir el nivel de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante la experimentación.

La prueba fue diseñada con un total de 20 preguntas, equivalentes a 20 puntos en la escala vigesimal, sobre la base de una tabla de especificaciones.

Tabla 9

Características de la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

Prueba de conocimientos	Tipo de preguntas	Nivel de aprendizaje	N° de preguntas	Puntaje por unidad
Unidad de aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	Alternativas múltiples	Conocimientos	6	20
Unidad de aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	Alternativas múltiples	Conocimientos	8	20
Unidad de aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	Alternativas múltiples	Conocimientos	6	20
Total			20	60/3=20

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2.3 Prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio.

Descripción: Instrumento consistente en una prueba única de evaluación procedimental (posprueba), cuyos ítems están directamente relacionados al grado de correspondencia con los contenidos y las competencias específicas del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio. Su finalidad fue medir el nivel de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante la experimentación.

La prueba fue diseñada con un total de 20 preguntas, equivalentes a 20 puntos en la escala vigesimal, sobre la base de una tabla de especificaciones.

Tabla 10

Características de la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

Prueba de procedimientos	Tipo de instrumento	Nivel de aprendizaje	Nº de preguntas	Puntaje por unidad
Unidad de aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	Escala de apreciación	Procedimental	7	20
Unidad de aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	Escala de apreciación	Procedimental	7	20
Unidad de aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	Escala de apreciación	Procedimental	6	20
Total			20	60/3=20

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2.4 Prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio.

Descripción: Instrumento consistente en una prueba única de evaluación actitudinal (posprueba), cuyos ítems están directamente relacionados al grado de correspondencia con los contenidos y las competencias específicas del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio. Su finalidad fue medir el nivel de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante la experimentación.

La prueba fue diseñada con un total de 5 indicadores y 20 criterios de evaluación, equivalentes a 20 puntos en la escala vigesimal, sobre la base de una tabla de especificaciones.

Tabla 11

Características de la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio

Prueba de actitudes	Tipo de instrumento	Nivel de aprendizaje	Nº de preguntas	Puntaje por unidad
Unidad de aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa				
Unidad de aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	Rúbrica	Actitudinal	20	20
Unidad de aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa				
Total			20	20

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Tratamiento estadístico

Los análisis estadísticos se realizaron con el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciencies) en su última versión; que es un instrumento desarrollado por la Universidad de Chicago, el cual, en estos momentos es, el de mayor difusión y utilización entre los investigadores de América Latina.

Asimismo se utilizó para la sistematización de los datos el paquete de Microsoft Office, específicamente, Microsoft Excel, que es un programa integrado que combina en

un solo paquete una hoja de cálculo, gráficos y macros, bajo el sistema operativo Windows.

Para el análisis de los datos se utilizaron tanto la estadística descriptiva como la estadística inferencial. Las operaciones estadísticas a utilizar serán las siguientes:

4.6.1 **Media aritmética (X)**

Es una medida de tendencia central y a la vez es una medida descriptiva. Se simboliza como “ \bar{x} ”. Es la suma de todos los valores de una muestra dividida por el número de casos.

4.6.2 **Desviación estándar (S_x)**

Es una medida de dispersión y se simboliza como “ S_x ”. Se define como la raíz cuadrada de la media aritmética de la diferencia de las desviaciones elevadas al cuadrado de cada uno de los puntajes respecto de la media aritmética. Es la raíz cuadrada de la varianza.

4.6.3 **Prueba U de Mann-Whitney: (U)**

Es una prueba estadística no paramétrica (Hernández, et al, 2014, p. 328) y es útil cuando las mediciones se pueden ordenar en escala ordinal (es decir, cuando los valores tienden a una variable continua. Pero, no tienen una distribución normal) y resulta aplicable cuando las muestras son independientes. Este procedimiento es una buena alternativa cuando no se puede utilizar la prueba t de Student (prueba estadística paramétrica) en razón de no cumplir con los requisitos que esta prueba exige.

La fórmula es la siguiente:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - \Sigma R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - \Sigma R_2$$

Dónde:

U_1 y U_2 = Valores estadísticos de U Mann-Whitney

n_1 = Tamaño de la muestra del grupo 1.

n_2 = Tamaño de la muestra del grupo 2.

R_1 = Sumatoria de los rangos del grupo 1.

R_2 = Sumatoria de los rangos del grupo 2.

Pasos:

Determinar el tamaño de las muestras (n_1 y n_2). Si n_1 y n_2 son menores que 20, se consideran muestras pequeñas, pero si son mayores que 20, se consideran muestras grandes.

Arreglar los datos en rangos del menor al mayor valor. En caso de que existan ligas o empates de rangos iguales, se deberán detectar para un ajuste posterior.

Calcular los valores de U_1 y U_2 , de modo que se elija el más pequeño para comparar con los críticos de U Mann-Whitney de la tabla de probabilidades asociadas con valores pequeños como los de U en la prueba de Mann-Whitney.

En caso de muestras grandes, calcular el valor Z, pues en estas condiciones se distribuye normalmente.

Decidir si se acepta o rechaza la hipótesis.

4.7 Procedimiento

Según (Hernández, et al, 2014, p.343), el procedimiento es “...un resumen de cada paso en el desarrollo de la investigación”, así tenemos:

4.7.1 Procedimientos para la captura de los datos

La información fue recolectada por el equipo investigador. El procedimiento de captura de datos que sustenta la investigación fue el siguiente:

Para la ejecución del experimento –esto es, aplicación del método de enseñanza con el uso didáctico del programa de gestión empresarial en las clases teóricas– se seleccionó intencionalmente el bloque temático –de gestión empresarial– correspondiente al segundo trimestre del organizador comprensión y aplicación de tecnologías, de la asignatura Educación para el Trabajo, respetando la unidad de aprendizaje dispuesta en la programación curricular anual, lo que en la práctica implicó la administración, por parte del investigador de diez (10) sesiones de clase en el grupo experimental, con una duración de dos horas pedagógica (90 minutos) en cada sesión. Las clases experimentales y de controles, se fueron desarrollando paralelamente, en los mismos contenidos, las mismas fechas, pero con diferentes métodos y horarios.

Para el inicio del proceso experimental, se dispuso de dos grupos académicos predeterminados, cada uno compuesto de 15 estudiantes, conforme se desprende del registro de evaluación académica. De estos, al grupo A se le atribuyó, al azar, el carácter de grupo experimental y; al grupo B, la calidad de grupo de control.

No obstante de que el primer día de clases se presentó el programa de mejoramiento, fundamentando, entre otros, la metodología de trabajo, sistema y criterios de evaluación y requisitos de aprobación: para iniciar el desarrollo del segundo trimestre (periodo experimental), se reiteró las instrucciones a los estudiantes de ambos grupos, en sus respectivos horarios. Exhortando la asistencia puntual y responsable; así como recordándoles sobre el control de asistencia y las evaluaciones que se realizarían en cada sesión.

En cumplimiento de lo previsto en el módulo experimental, en la primera clase teórica de la asignatura experimental, se aplicó el método de enseñanza con el uso didáctico del programa de gestión empresarial, en su versión ortodoxa, es decir, prescindiendo del uso de módulos experimentales, en el grupo de control; luego, inmediatamente después de finalizada dicha sesión, se administró el pretest (Apéndice 2) a todos los integrantes durante el lapso de 20 minutos. Este mismo procedimiento se replicó en el grupo experimental en su aula taller. En realidad, todas las evaluaciones de posprueba se realizaron al finalizar el programa experimental, lográndose de este modo

que los estudiantes repasen la información una y otra vez sobre los temas desarrollados, y recibidos en las propias estaciones de clase.

A partir de las siguientes sesiones teóricas del capítulo seleccionado –temas: segundo al décimo– las sesiones de clase en cada uno de los grupos, como es obvio, se desarrollaron con la peculiaridad distintiva que los identifica, mientras a los estudiantes del grupo experimental se les impartía las clases teóricas transitando por la vía del método de enseñanza con el uso didáctico del programa de gestión empresarial, a los estudiantes del grupo de control se les ofrecía las mismas clases pero tan solo con el uso de la metodología tradicional.

En el periodo experimental, las variables intervinientes o extrañas fueron controladas, siguiendo las recomendaciones de Sierra Bravo (2002, p. 328) el cual mediante los siguientes procedimientos recomienda: *a) Grupo de control*, se debe poseer, además del grupo experimental sometido al estímulo o variable independiente, un grupo de control, que no ha sido sometido al estímulo mencionado, *b) Aleatorización*, porque el grupo experimental y el grupo de control fueron asignados al azar, *c) Mantener constantes*, en este caso, a las variables asistencia, evaluación y motivación. Respecto al primero, se controló rigurosamente la puntualidad y asistencia de los estudiantes a las diez sesiones. Afortunadamente, no se verificó ninguna inasistencia ni tardanza, en ambos grupos. Respecto al segundo, en las diez sesiones intermedias, del segundo al décimo, al final del experimento, se administró una prueba pedagógica objetiva de 20 interrogantes (véase módulo experimental), el mismo que tuvo una duración de 30 minutos. Cabe señalar que todos los estudiantes, tanto del grupo experimental como del grupo de control, rindieron dichas evaluaciones.

Respecto al tercero, se cumplió con la motivación de inicio, proceso y salida, en todas las sesiones de clase, tanto en el grupo experimental como en el grupo de control. Adicionalmente, en las sesiones de clase con el grupo experimental, se cumplió con entregar a los estudiantes el módulo impreso. *d) Igualación*, por cuanto las pruebas pedagógicas usadas para las evaluaciones de control y los recursos didácticos personales usados para la motivación, fueron los mismos para ambos grupos.

Después de finalizado el desarrollo de la décima clase teórica del capítulo experimental, se administró el postest o posprueba a todos los estudiantes del grupo

control, durante el período de 30 minutos. Lo mismo se hizo en el grupo experimental, en su horario. Para evitar la posibilidad de que los estudiantes de un grupo y otro intercambien las interrogantes del posttest –al igual que en la aplicación del pretest– se adoptó las medidas de previsiones pertinentes: aislamiento, prohibición de uso de celulares, vigilancia rigurosa y empleo de recursos didácticos personales.

Finalmente, cabe señalar que en el proceso de acopio de datos se contó con la colaboración de un colega, quien auxilió en las actividades subsidiarias como: disposición del ambiente, instalación de los equipos, fotocopiado, toma de fotografías, etc., en ambos grupos.

4.7.2 Procedimientos para el procesamiento de los datos

El procesamiento de información implica el uso de técnicas estadísticas que facilitan el manejo de los datos obtenidos. Para ello, se recopiló la información obtenida de la aplicación de los instrumentos, presentándolos por medio de tablas de frecuencias absolutas y relativas (porcentajes), en forma de histogramas o figuras de otro tipo.

4.7.3 Procedimientos para presentar e interpretar los datos

Para presentar e interpretar los datos según el análisis estadístico descriptivo se elaboró tablas y figuras; con los datos empíricos y los estadígrafos hallados en dichos datos. Entre tanto, para el análisis inferencial se realizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney (Diferencia de medianas de dos muestras independientes) así como los diagramas de cajas y bigotes.

Capítulo V

Resultados

5.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos

5.1.1 Instrumentos de investigación

a) Prueba general sobre aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

Para medir la variable dependiente o variable de medición (Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio), se elaboró tres sub pruebas competenciales (Prueba de conocimientos, prueba de procedimientos y prueba de actitudes), el cual está dirigido a los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, éste presenta las siguientes características:

Objetivo:

La presente prueba es parte de este estudio que tiene por finalidad la obtención de información acerca del nivel de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

Carácter de aplicación:

Para la aplicación de la prueba general se pide al estudiante evaluado anotar sus datos personales y responder las preguntas con sinceridad.

Descripción:

La prueba general consta de tres sub pruebas: Prueba de conocimientos (20 ítems), prueba de procedimientos (20 ítems) y prueba de actitudes (5 ítems) los cuales son instrumentos que utilizan la técnica de evaluación educativa.

Estructura:

Las dimensiones que evalúa el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio son:

Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa

Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa

Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa

Tabla 12

Tabla de especificaciones de la prueba sobre aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

Dimensiones	Estructura de las pruebas			Total	Porcentaje
	Ítems				
	Conocimientos	Procedimientos	Actitudes		
Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	1,2,3, 4,5,6 20 Puntos	1,2,3,4, 5,6,7 20 Puntos	1,2,3, 4,5 20 Puntos	60/3=20	100%
Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	7,8,9,10,11, 12,13,14, 20 Puntos	8,9,10,11, 12,13,14 20 Puntos	1,2,3, 4,5 20 Puntos	60/3=20	100%
Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	15,16,17, 18,19,20 20 Puntos	15,16,17, 18,19,20 20 Puntos	1,2,3, 4,5 20 Puntos	60/3=20	100%
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio	60/3=20	60/3=20	60/3=20	60/3=20	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

Niveles y rangos de la prueba general sobre aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

Niveles	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	0-10	11-14	15-17	18-20
Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	0-10	11-14	15-17	18-20
Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa	0-10	11-14	15-17	18-20
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio	0-10	11-14	15-17	18-20

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2 Validez de los instrumentos

a) Análisis de validez de contenido por juicio de expertos del contenido del programa de gestión empresarial (módulo experimental)

La validez del instrumento: Se midió a través de la validez de contenido, la misma que tuvo por finalidad recoger las opiniones y sugerencias de expertos dedicados a la docencia con grados académicos de doctor en Ciencias de la Educación. En este procedimiento cada experto emitió un juicio valorativo de un conjunto de aspectos referidos al programa de gestión empresarial. El rango de los valores osciló de 0 a 100%. Teniendo en cuenta que el puntaje promedio de los juicios emitidos por cada experto fue de 90%, se consideró al calificativo superior a 90% como indicador de que el programa de gestión empresarial, reunía la categoría de adecuado en el aspecto evaluado.

Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 14

Validez de contenido por juicio de expertos del contenido del programa de gestión empresarial

Expertos	Programa de gestión empresarial (Módulo experimental)
Dr. Daniel Ramón Chirinos Armas.	95.00%
Dr. Moisés Ronal Niño Cueva	95.00%
Dr. Gilberto Guizado Salazar	95.00%
Sumatoria de los 3 expertos	285.00%
Promedio de validez	95.00%

Fuente: Elaboración propia.

b) Análisis de validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

La validez del instrumento: Se midió a través de la validez de contenido, la misma que tuvo por finalidad recoger las opiniones y sugerencias de expertos dedicados a la docencia con grados académicos de doctor en Ciencias de la Educación. En este procedimiento cada experto emitió un juicio valorativo de un conjunto de aspectos referidos a la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio. El rango de los valores osciló de 0 a 100%. Teniendo en cuenta que el puntaje promedio de los juicios emitidos por cada experto fue de 90%, se consideró al calificativo superior a 90% como indicador de que la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio, reunía la categoría de adecuado en el aspecto evaluado.

Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 15

Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

Expertos	Prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio
Dra. Lucía Asencios Trujillo	95.00%
Dr. Moisés Ronal Niño Cueva	95.00%
Dra. Eva Esther Espinoza Zavala	95.00%
Sumatoria de los 3 expertos	285.00%
Promedio de validez	95.00%

Fuente: Elaboración propia.

c) Análisis de validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

La validez del instrumento: Se midió a través de la validez de contenido, la misma que tuvo por finalidad recoger las opiniones y sugerencias de expertos dedicados a la docencia con grados académicos de doctor en Ciencias de la Educación. En este procedimiento cada experto emitió un juicio valorativo de un conjunto de aspectos referidos a la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio. El rango de los valores osciló de 0 a 100%. Teniendo en cuenta que el puntaje promedio de los juicios emitidos por cada experto fue de 90%, se consideró al calificativo superior a 90% como indicador de que la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio, reunía la categoría de adecuado en el aspecto evaluado.

Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 16

Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio

Expertos	Prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio
Dra. Lucía Asencios Trujillo	95.00%
Dr. Moisés Ronal Niño Cueva	95.00%
Dra. Eva Esther Espinoza Zavala	95.00%
Sumatoria de los 3 expertos	285.00%
Promedio de validez	95.00%

Fuente: Elaboración propia.

d) Análisis de validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio

La validez del instrumento: Se midió a través de la validez de contenido, la misma que tuvo por finalidad recoger las opiniones y sugerencias de expertos dedicados a la docencia con grados académicos de doctor en Ciencias de la Educación. En este procedimiento cada experto emitió un juicio valorativo de un conjunto de aspectos referidos a la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio. El rango de los valores osciló de 0 a 100%. Teniendo en cuenta que el puntaje promedio de los juicios emitidos por cada experto fue de 90%, se consideró al calificativo superior a 90% como indicador de que la prueba de actitudes sobre emprendimiento de ideas de negocio, reunía la categoría de adecuado en el aspecto evaluado.

Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 17

Validez de contenido por juicio de expertos de la prueba de actitudes en el emprendimiento de ideas de negocio

Expertos	Prueba de actitudes en el emprendimiento de ideas de negocio
Dra. Lucía Asencios Trujillo	95.00%
Dr. Moisés Ronal Niño Cueva	95.00%
Dra. Eva Esther Espinoza Zavala	95.00%
Sumatoria de los 3 expertos	285.00%
Promedio de validez	95.00%

Fuente: Elaboración propia.

Los valores resultantes después de tabular la calificación emitida por los expertos, para las variables independiente y dependiente, obtuvieron el valor de 95.0%, se puede deducir que los instrumentos tienen un nivel de validez Excelente, según la siguiente tabla:

Tabla 18

Valores de los niveles de validez

Valores	Niveles de validez
91 – 100	Excelente
81 - 90	Muy bueno
71 - 80	Bueno
61 - 70	Regular
51 - 60	Malo

Fuente: Cabanillas A., G. (2004, p.76). Tesis “Influencia de la enseñanza directa en el mejoramiento de la gestión de alianzas estratégicas de los encuestados de Ciencias de la Educación”. UNSCH.

5.1.3 Confiabilidad de los instrumentos

Según Carrasco (2009) “la confiabilidad es la cualidad o propiedad de un instrumento que permite obtener los mismos resultados, al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupo de personas en diferentes periodos de tiempo” (p. 339).

La confiabilidad del instrumento fue hallada mediante el procedimiento de confiabilidad para valores binomiales Kuder Richardson (KR20). En este caso, el cálculo de la confiabilidad por el método de consistencia interna, partió de la ventaja de que para ser calculada necesita de una sola administración del instrumento de medición, y "es aplicable cuando cada pregunta es correcta o incorrecta. Una respuesta correcta tiene una puntuación de 1 y una incorrecta tiene 0. Sus valores varían desde 0 hasta 1.

El grado de confiabilidad de los instrumentos, compuesto de 20 ítems de tipo dicotómico, se determinó mediante el cálculo del coeficiente KR-20, realizándose una prueba piloto con 10 estudiantes que reunían características similares a la de la muestra.

El estadístico de prueba se calcula según la siguiente ecuación:

$$r_{20} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sigma^2 - \sum pq}{\sigma^2} \right)$$

K : El número de ítems del instrumento
 $\sum S_r^2$: % de personas con respuestas correctas
 $\sum S_T^2$: % de personas con respuestas incorrectas
 σ^2 : Varianza total del instrumento

La escala de valores para la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Tabla 19

Tabla de Kuder Richardson

Criterio o magnitud	Valores o rangos
Confiabilidad nula	0.53 a menos
Confiabilidad baja	0.54 a 0.59
Confiable	0.60 a 0.65
Muy confiable	0.66 a 0.71
Excelente confiabilidad	0.72 a 0.99
Confiabilidad perfecta	1.00

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Tabla 20

Estadísticos de fiabilidad de las variables

Variable	N° de ítems	KR-20
Prueba de conocimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio	20	0.828
Prueba de procedimientos sobre emprendimiento de ideas de negocio	20	No requiere
Prueba de actitudes en el emprendimiento de ideas de negocio	5	No requiere
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio		0.828

Fuente: Base de datos de la investigación

Como se puede apreciar en la tabla 20, según SPSS, la confiabilidad calculada con el KR-20 para el instrumento de la variable dependiente o de medición (Exclusivamente la prueba de conocimientos y no las pruebas de procedimientos y actitudes por ser instrumentos de cotejo) presentó una fiabilidad de 0.828, como ésta se acerca a 1 y según la *Tabla de Kuder Richardson*, se demuestra que el instrumento tiene una Excelente confiabilidad.

5.2 Presentación y análisis de los resultados

Luego de la aplicación de los instrumentos de medición a la muestra objeto de la presente investigación y procesado la información obtenida (niveles y rangos), se procedió a analizar la información, tanto a nivel descriptivo, como a nivel inferencial, lo cual nos

permitió realizar las mediciones y comparaciones necesarias para el presente trabajo, y cuyos resultados se presentan a continuación:

5.2.1 Nivel descriptivo

Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio (PRETEST)

Tabla 21

Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	0	0.0%	1	6.7%
Bueno	[15 – 17]	1	6.7%	2	13.3%
Regular	[11 – 14]	13	86.7%	10	66.7%
Malo	[00 – 10]	1	6.7%	2	13.3%
Total		15	100.0%	15	100.0%

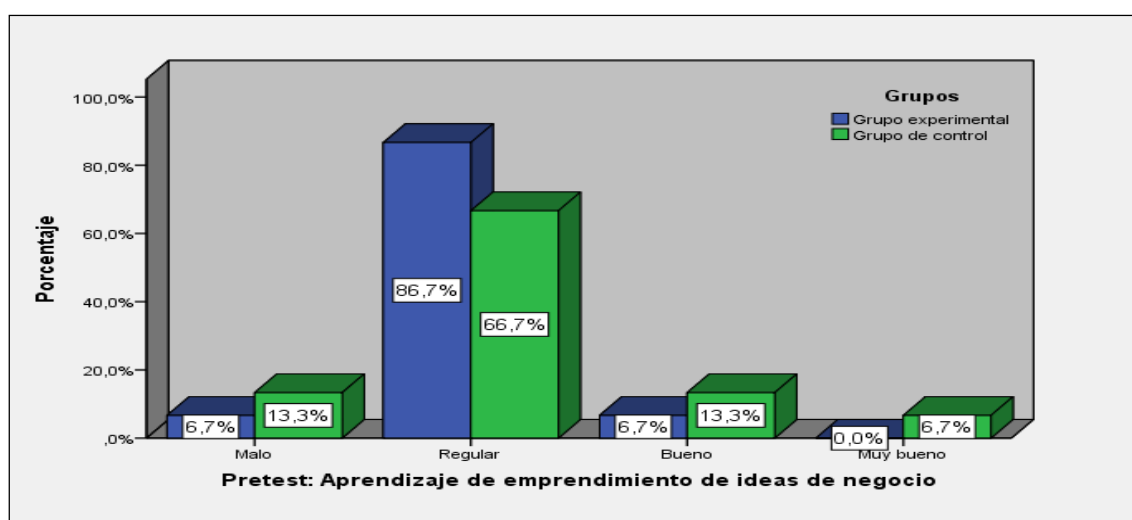


Figura 3. Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest

La tabla 21 y figura 3 indican que en el pretest del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, se puede observar que en el grupo experimental el 86.7% (13) presenta un nivel regular en su aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, el 6.7% (1) presenta un nivel bueno y otro 6.7% (1) presenta un nivel malo, por otro lado en el grupo de control el 66.7% (10) presenta un nivel regular en su aprendizaje de

emprendimiento de ideas de negocio, el 13.3% (2) presenta un nivel bueno, otro 13.3% (2) presenta un nivel malo y un 6.7% (1) tiene un nivel muy bueno.

Tabla 22

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	12.53	12.93
Desviación típica	1.846	2.187
Mediana	13	13
Mínimo	7	10
Máximo	15	18

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Pretest, el grupo experimental presenta: un promedio de 12.53 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 1.846 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, el valor mínimo es 7 y el valor máximo 15. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 12.93 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.187 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, el valor mínimo es 10 y el valor máximo 18.

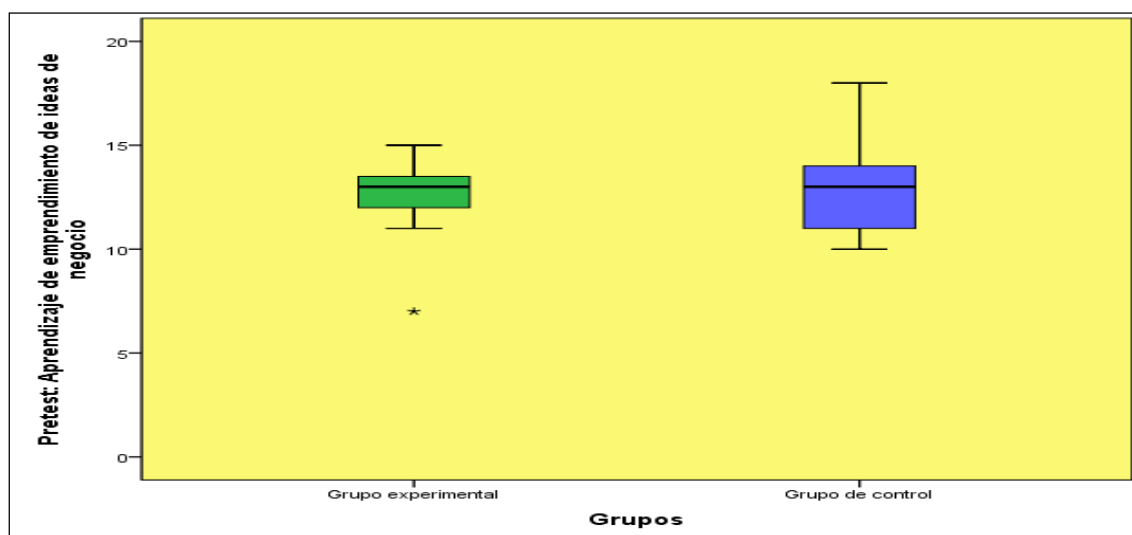


Figura 4. Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest

Tabla 23

Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	0	0.0%	2	13.3%
Bueno	[15 – 17]	2	13.3%	1	6.7%
Regular	[11 – 14]	10	66.7%	8	53.3%
Malo	[00 – 10]	3	20.0%	4	26.7%
Total		15	100.0%	15	100.0%

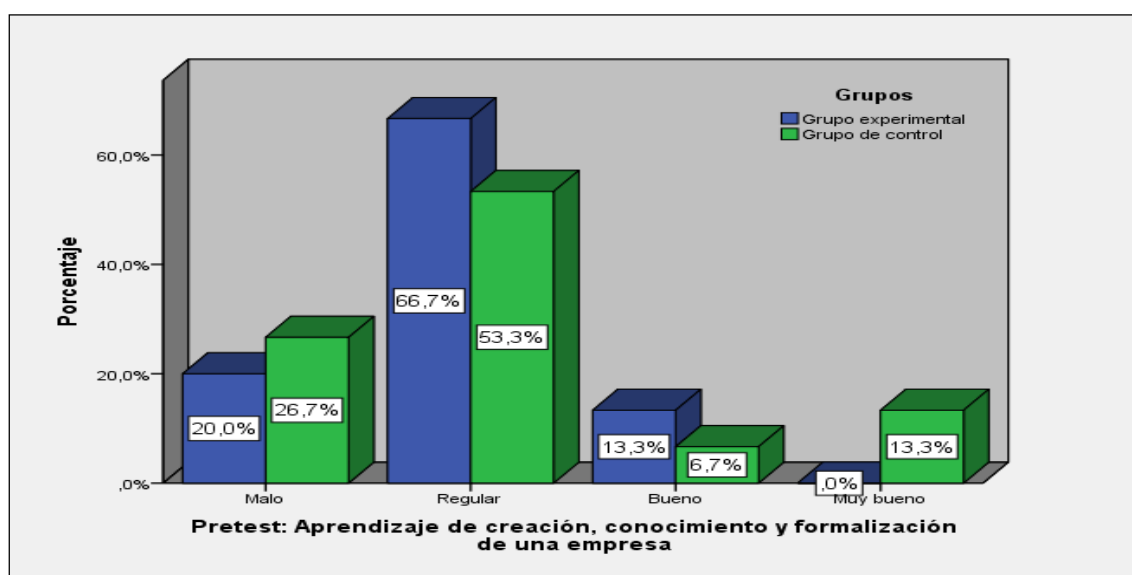


Figura 5. Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest

La tabla 23 y figura 5 indican que en el pretest del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, se puede observar que en el grupo experimental el 66.7% (10) presenta un nivel regular en su aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, el 20% (3) presenta un nivel malo y el 13.3% (2) presenta un nivel bueno, por otro lado en el grupo de control el 53.3% (8) presenta un

nivel regular en su aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, el 26.7% (4) presenta un nivel malo, mientras que el 13.3% (2) presenta un nivel muy bueno y el 6.7% (1) presenta un nivel bueno.

Tabla 24

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	12.20	12.40
Desviación típica	2.455	3.066
Mediana	12	12
Mínimo	7	9
Máximo	17	18

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Pretest, el grupo experimental presenta: un promedio de 12.20 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.455 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 7 y el valor máximo 17. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 12.40 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 3.066 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 9 y el valor máximo 18.

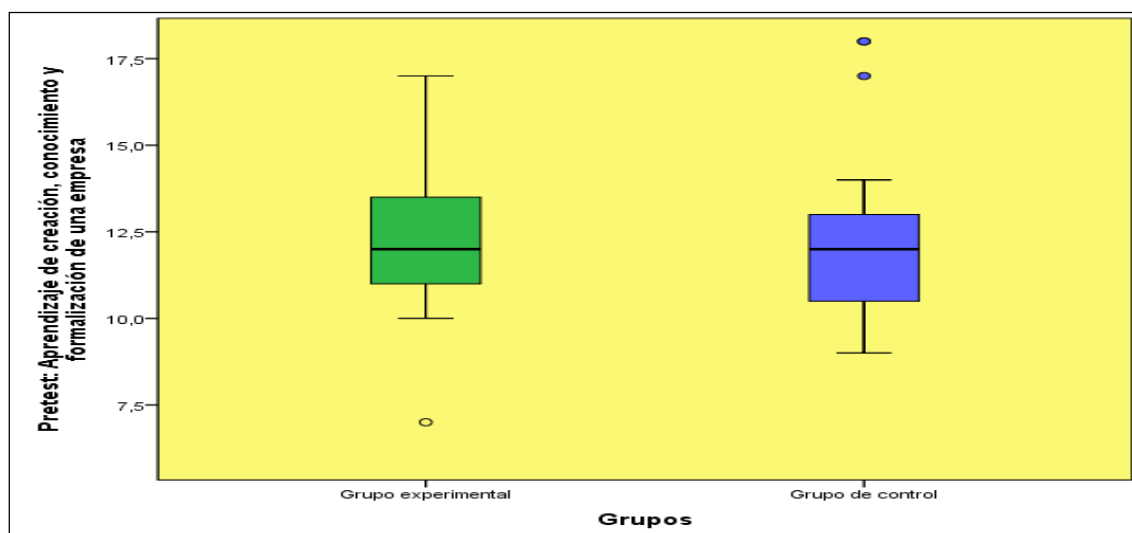


Figura 6. Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el pretest

Tabla 25

Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	0	0.0%	2	13.3%
Bueno	[15 – 17]	2	13.3%	3	20%
Regular	[11 – 14]	12	80%	9	60%
Malo	[00 – 10]	1	6.7%	1	6.7%
Total		15	100.0%	15	100.0%

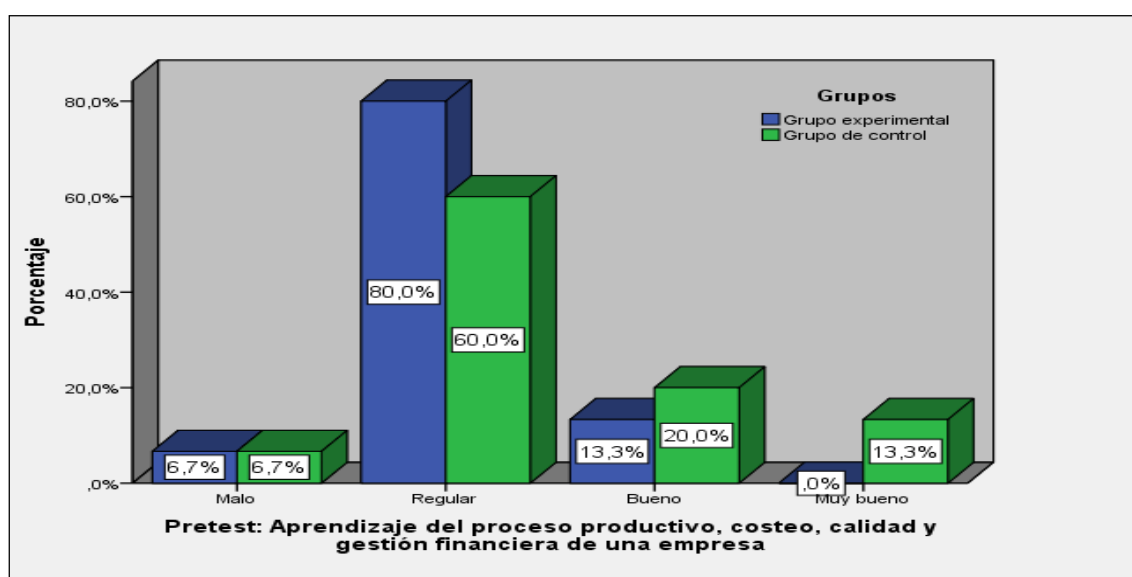


Figura 7. Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest

La tabla 25 y figura 7 indican que en el pretest del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, se puede observar que en el grupo experimental el 80% (12) presenta un nivel regular en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, el 13.3% (2) presenta

un nivel bueno y el 6.7% (1) presenta un nivel malo, por otro lado en el grupo de control el 60% (9) presenta un nivel regular en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, el 20% (3) presenta un nivel malo, mientras que el 13.3% (2) presenta un nivel muy bueno y el 6.7% (1) presenta un nivel bueno.

Tabla 26

Estadísticos descriptivos del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	12.73	13.53
Desviación típica	2.086	2.850
Mediana	13	13
Mínimo	8	9
Máximo	16	19

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Pretest, el grupo experimental presenta: un promedio de 12.73 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.086 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, asimismo el valor mínimo es 8 y el valor máximo 16. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 13.53 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.850 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, asimismo el valor mínimo es 9 y el valor máximo 19.

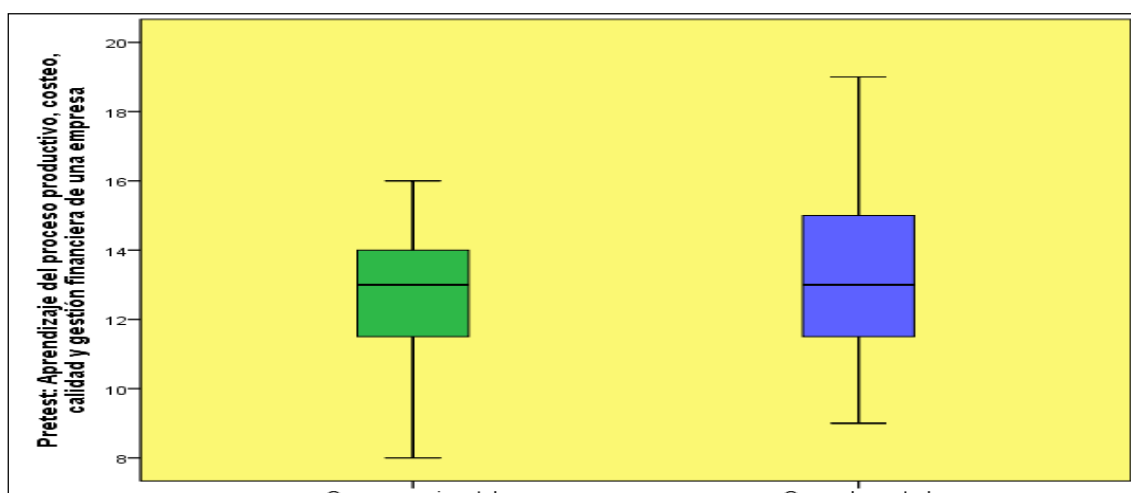


Figura 8. Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el pretest

Tabla 27

Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	0	0.0%	1	6.7%
Bueno	[15 – 17]	1	6.7%	2	13.3%
Regular	[11 – 14]	13	86.7%	11	73.3%
Malo	[00 – 10]	1	6.7%	1	6.7%
Total		15	100.0%	15	100.0%

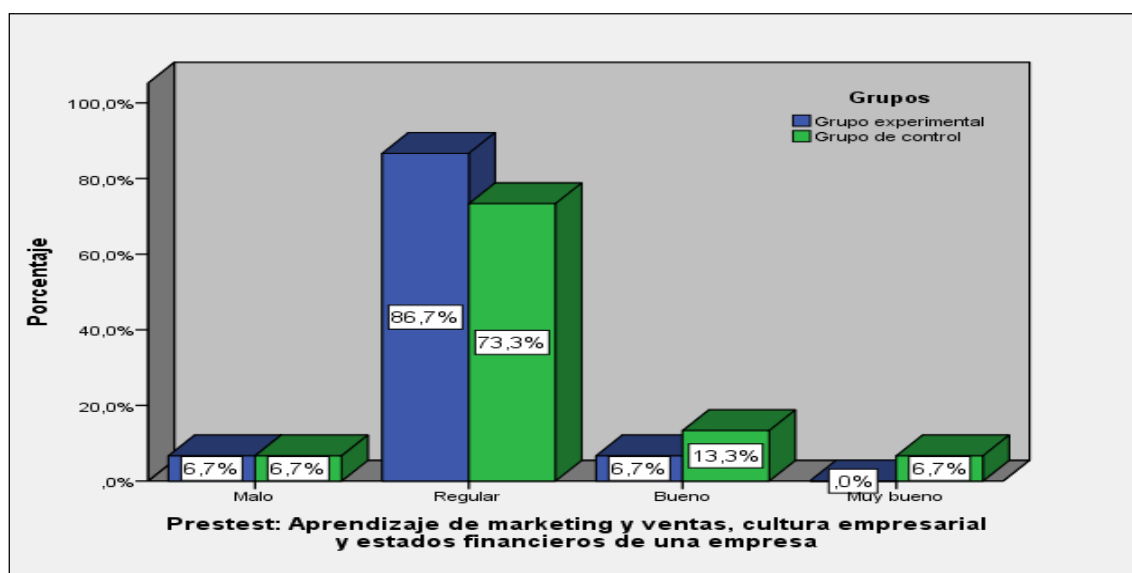


Figura 9. Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest

La tabla 27 y figura 9 indican que en el pretest del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa, se puede observar que en el

grupo experimental el 86.7% (13) presenta un nivel regular en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, el 6.7% (1) presenta un nivel bueno y otro 6.7% (1) presenta un nivel malo, por otro lado en el grupo de control el 73.3% (11) presenta un nivel regular en su aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa, el 13.3% (2) presenta un nivel bueno, mientras que el 6.7% (1) presenta un nivel muy bueno y otro 6.7% (1) presenta un nivel malo.

Tabla 28

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	12.40	12.87
Desviación típica	2.131	2.031
Mediana	12	12
Mínimo	7	10
Máximo	17	18

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Pretest, el grupo experimental presenta: un promedio de 12.40 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.131 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 7 y el valor máximo 17. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 12.87 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.031 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 10 y el valor máximo 18.

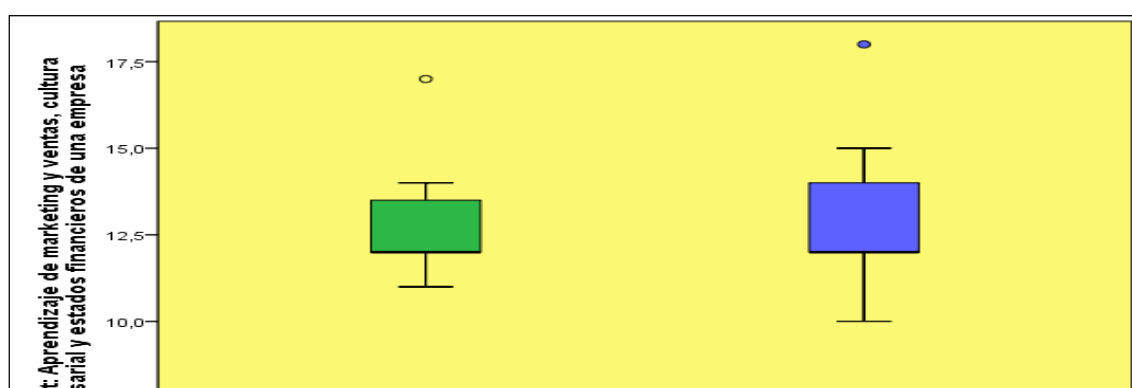


Figura 10. Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest

Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio (POSTEST)

Tabla 29

Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	0	0.0%	0	0.0%
Bueno	[15 – 17]	15	100%	2	13.3%
Regular	[11 – 14]	0	0.0%	13	86.7%
Malo	[00 – 10]	0	0.0%	0	0.0%
Total		15	100.0%	15	100.0%

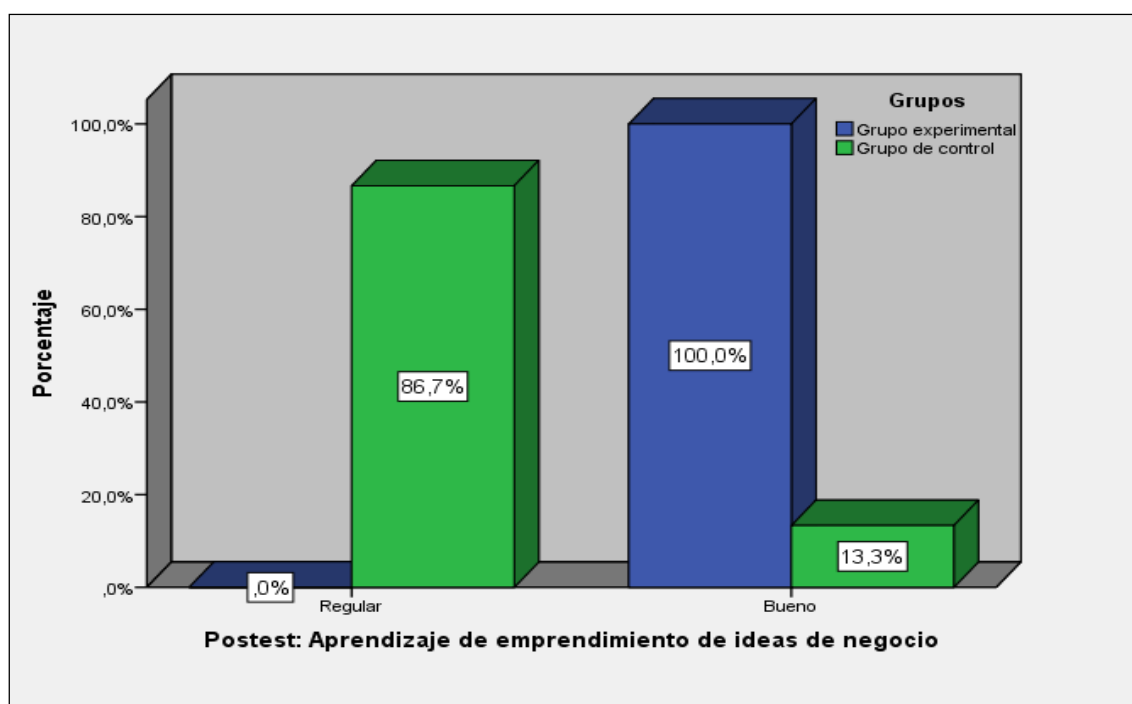


Figura 11. Variable: Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest

La tabla 29 y figura 11 indican que en el postest del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, se puede observar que en el grupo experimental el 100% (15) presenta un nivel bueno en su aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, por otro lado en el grupo de control el 86.7% (13) presenta un nivel regular en su aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, y el 13.3% (2) presenta un nivel bueno.

Tabla 30

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	16	12.93
Desviación típica	0.655	1.438
Mediana	16	13
Mínimo	15	11
Máximo	17	16

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Postest, el grupo experimental presenta: un promedio de 16 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio está en un nivel bueno), una variabilidad de datos de 0.655 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 16 puntos, el valor mínimo es 15 y el valor máximo 17. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 12.93 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 1.438 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, el valor mínimo es 11 y el valor máximo 16.

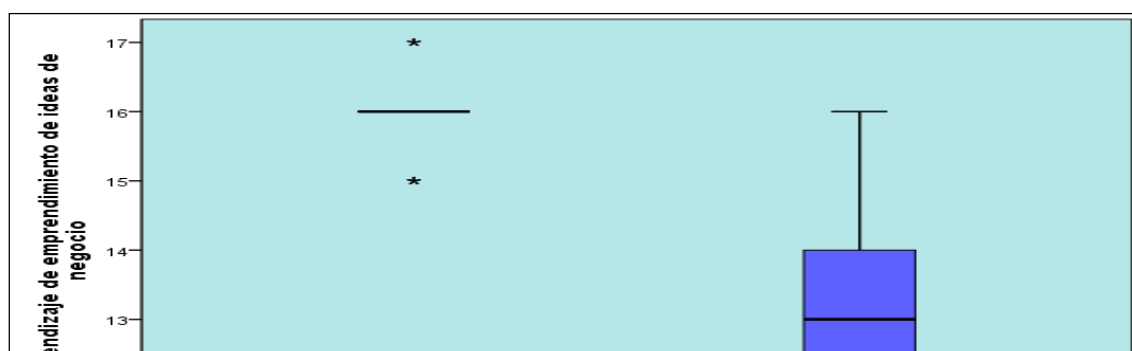


Figura 12. Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el postest
 Tabla 31

Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	3	20%	1	6.7%
Bueno	[15 – 17]	11	73.3%	2	13.3%
Regular	[11 – 14]	1	6.7%	11	73.3%
Malo	[00 – 10]	0	0.0%	1	6.7%
Total		15	100.0%	15	100.0%

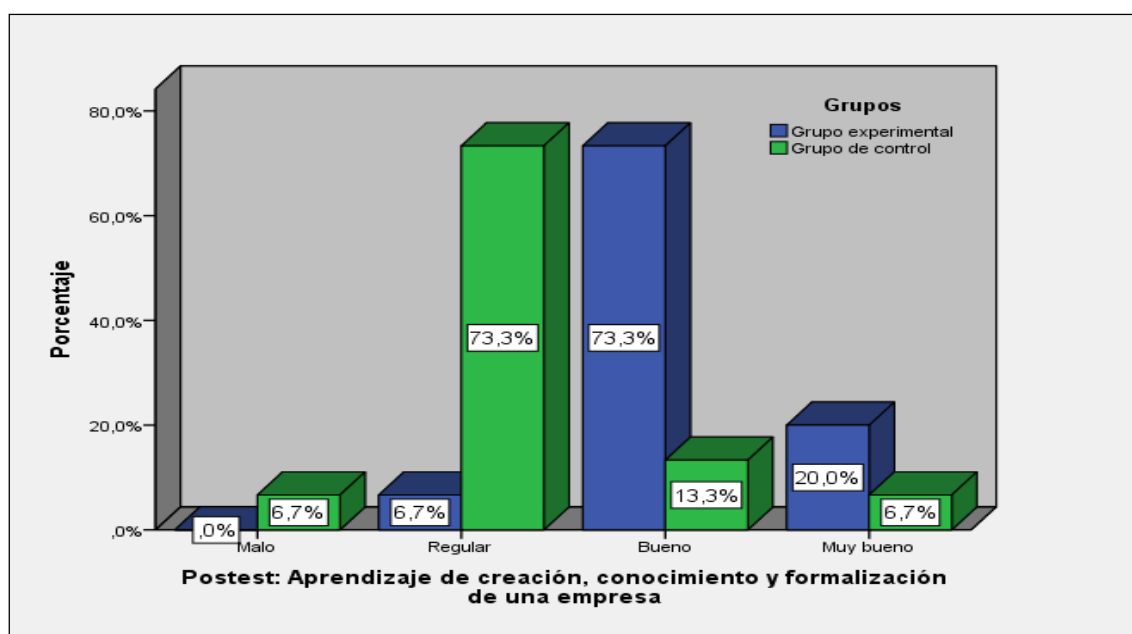


Figura 13. Dimensión 1: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el postest

La tabla 31 y figura 13 indican que en el posttest del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, se puede observar que en el grupo experimental el 73.3% (11) presenta un nivel bueno en su aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, el 20% (3) presenta un nivel muy bueno y el 6.7% (1) presenta un nivel regular, por otro lado en el grupo de control el 73.3% (11) presenta un nivel regular en su aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, mientras que el 13.3% (2) presenta un nivel bueno, y el 6.7% (1) presenta un nivel muy bueno.

Tabla 32

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el posttest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	15.80	13.07
Desviación típica	1.373	2.344
Mediana	15	12
Mínimo	14	10
Máximo	18	19

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Postest, el grupo experimental presenta: un promedio de 15.80 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa está en un nivel bueno), una variabilidad de datos de 1.373 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 15 puntos, asimismo el valor mínimo es 14 y el valor máximo 18. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 13.07 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 2.344 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 10 y el valor máximo 19.

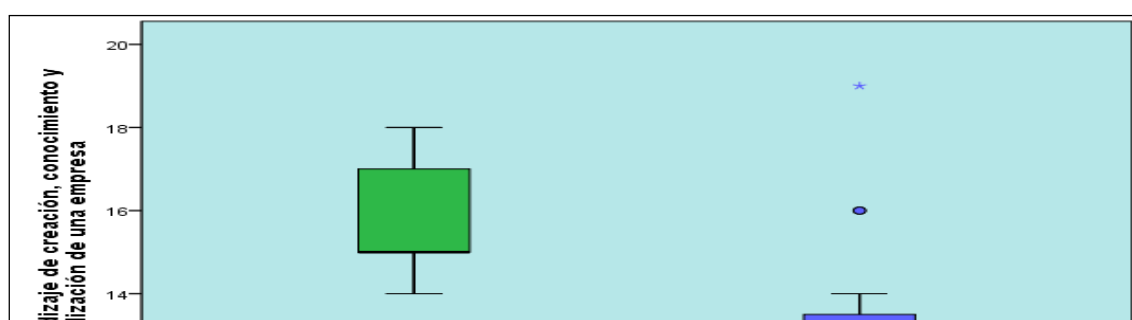


Figura 14. Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en el posttest

Tabla 33

Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el posttest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	4	26.7%	0	0.0%
Bueno	[15 – 17]	9	60%	2	13.3%
Regular	[11 – 14]	2	13.3%	13	86.7%
Malo	[00 – 10]	0	0.0%	0	0.0%
Total		15	100.0%	15	100.0%

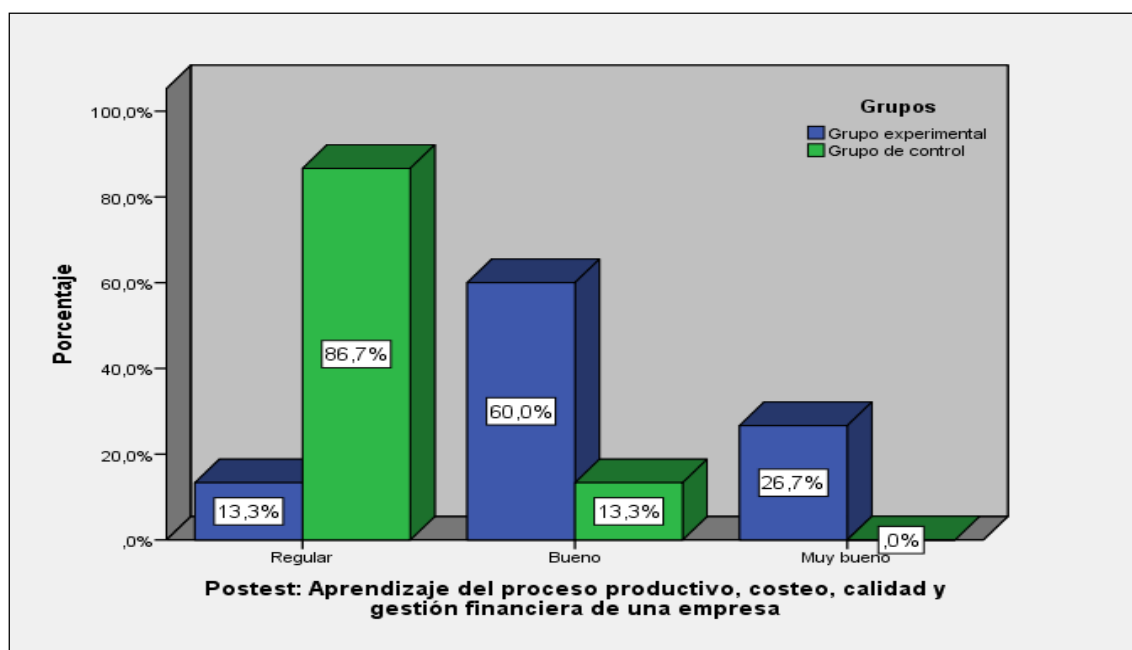


Figura 15. Dimensión 2: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el posttest

La tabla 33 y figura 15 indican que en el posttest del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, se puede observar que en el grupo experimental el 60% (9) presenta un nivel bueno en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, el 26.7% (4) presenta un nivel muy bueno y el 13.3% (2) presenta un nivel regular, por otro lado en el grupo de control el 86.7% (13) presenta un nivel regular en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, y el 13.3% (2) presenta un nivel bueno.

Tabla 34

Estadísticos descriptivos del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el posttest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	16.20	12.87
Desviación típica	1.474	1.506
Mediana	16	13
Mínimo	14	11
Máximo	18	16

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Postest, el grupo experimental presenta: un promedio de 16.20 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa está en un nivel bueno), una variabilidad de datos de 1.474 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 16 puntos, asimismo el valor mínimo es 14 y el valor máximo 18. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 12.87 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 1.506 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 13 puntos, asimismo el valor mínimo es 11 y el valor máximo 16.

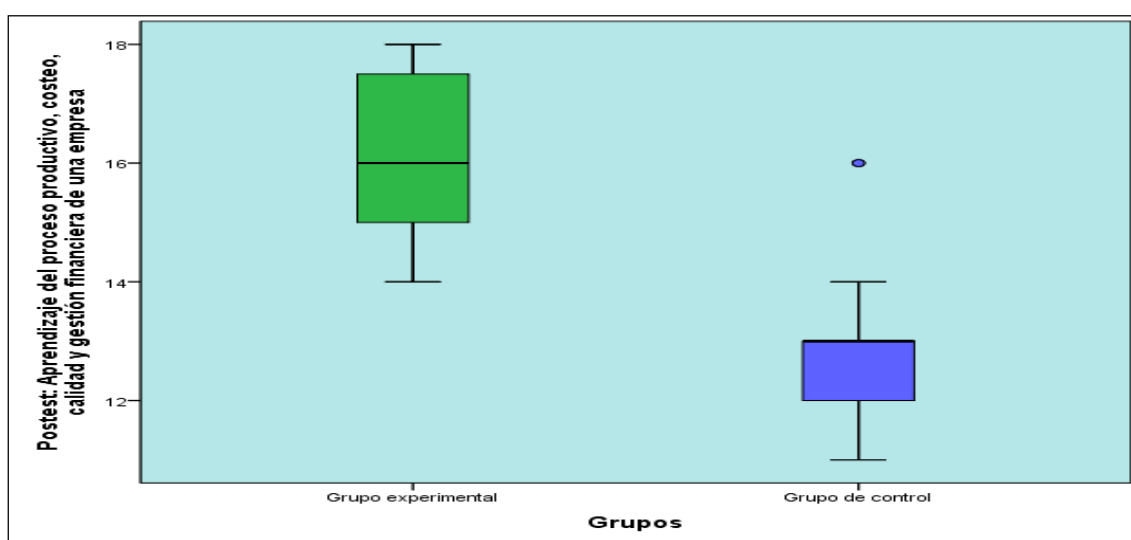


Figura 16. Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en el postest

Tabla 35

Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el pretest

Niveles	Rango	Grupo experimental		Grupo control	
		(f)	(%)	(f)	(%)
Muy bueno	[18 – 20]	4	26.7%	0	0.0%
Bueno	[15 – 17]	8	53.3%	3	20%
Regular	[11 – 14]	3	20%	12	80%
Malo	[00 – 10]	0	0.0%	0	0.0%
Total		15	100.0%	15	100.0%

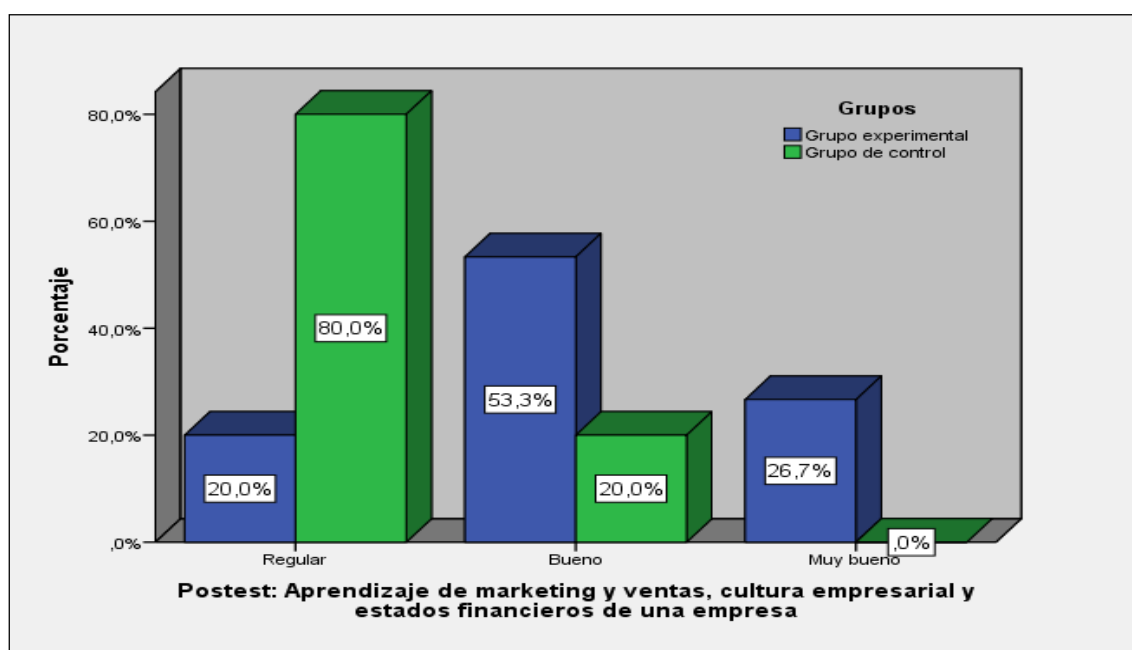


Figura 17. Dimensión 3: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el posttest

La tabla 35 y figura 17 indican que en el posttest del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa, se puede observar que en el grupo experimental el 53.3% (8) presenta un nivel bueno en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, el 26.7% (4) presenta un nivel muy bueno y el 20% (3) presenta un nivel regular, por otro lado en el grupo de control el 80% (12) presenta un nivel regular en su aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa, y el 20% (3) presenta un nivel bueno.

Tabla 36

Estadísticos descriptivos del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el posttest ambos grupos

Indicador	Grupo Experimental (n = 15)	Grupo Control (n = 15)
Media	15.93	13.07
Desviación típica	1.580	1.668
Mediana	15	12
Mínimo	14	11
Máximo	18	16

Para el caso de los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la IE N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, 2015, respecto al Posttest, el grupo experimental presenta: un promedio de 15.93 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa está en un nivel bueno), una variabilidad de datos de 1.580 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 15 puntos, asimismo el valor mínimo es 14 y el valor máximo 18. Por otro lado el grupo de control presenta: un promedio de 13.07 puntos (que según la tabla de niveles y rangos, el promedio del aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa está en un nivel regular), una variabilidad de datos de 1.668 puntos, una mediana donde el 50% de los estudiantes presentan puntajes inferiores a 12 puntos, asimismo el valor mínimo es 11 y el valor máximo 16.

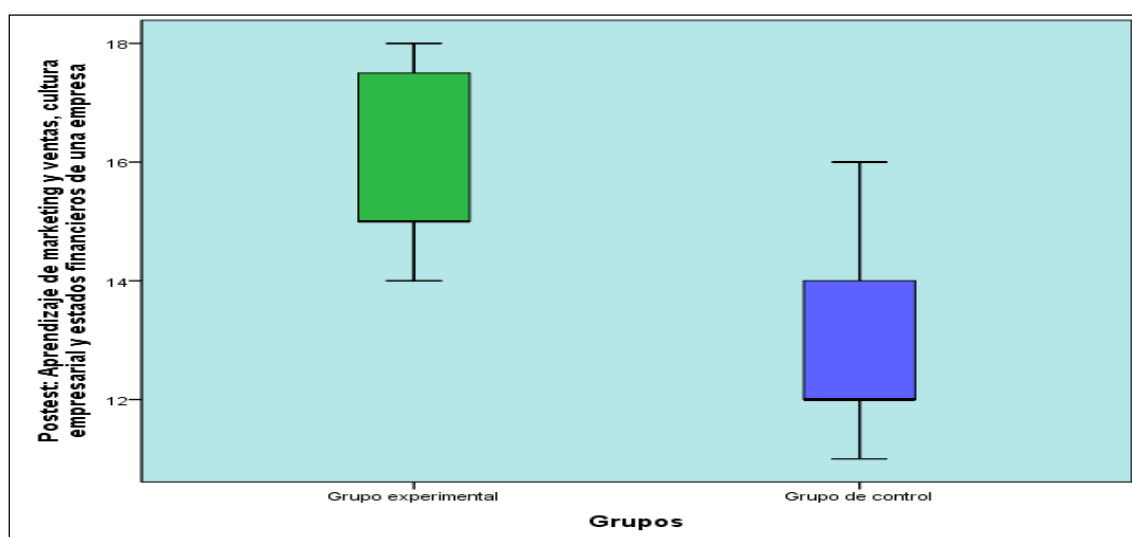


Figura 18. Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa en el posttest.

5.2.2 Nivel inferencial

5.2.2.1 Prueba estadística para la determinación de la normalidad

Para el análisis de los resultados obtenidos se determinó, inicialmente, el tipo de distribución que presentan los datos, tanto a nivel del pretest y posttest en ambos grupos, utilizando la prueba Shapiro-Wilk de bondad de ajuste. Esta prueba permite medir el grado de concordancia existente entre la distribución de un conjunto de datos y una distribución teórica específica. Su objetivo es señalar si los datos provienen de una población que tiene la distribución teórica específica.

Considerando el valor obtenido en la prueba de distribución, se determinará el uso de estadísticos paramétricos (t de student) o no paramétricos (U de Mann-Whitney). Los pasos para desarrollar la prueba de normalidad son los siguientes:

PASO 1:

Plantear la Hipótesis nula (H_0) y la Hipótesis alternativa (H_1):

Hipótesis Nula (H_0):

No existen diferencias significativas entre la distribución ideal y la distribución normal de los datos.

Hipótesis Alternativa (H_1):

Existen diferencias significativas entre la distribución ideal y la distribución normal de los datos.

PASO 2:

Seleccionar el nivel de significancia

Para efectos de la presente investigación se ha determinado que: $\alpha = 0.05$

PASO 3:

Escoger el valor estadístico de prueba

El valor estadístico de prueba que se ha considerado para la presente Hipótesis es Shapiro-Wilk

Tabla 37
Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el Pretest	0,942	30	0,001
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el Postest	0,887	30	0,004

PASO 4:

Formulamos la regla de decisión

Una regla decisión es un enunciado de las condiciones según las que se acepta o se rechaza la Hipótesis nula, para lo cual es imprescindible determinar el valor crítico, que es un número que divide la región de aceptación y la región de rechazo.

Regla de decisión

Si α (Sig) > 0.05 ; Se acepta la Hipótesis nula

Si α (Sig) < 0.05 ; Se rechaza la Hipótesis nula

PASO 5:

Toma de decisión

Como el valor p de significancia del estadístico de prueba de normalidad tiene el valor de 0.001 y 0.004; entonces para valores Sig. < 0.05 ; se cumple que; se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna. Esto quiere decir que; según los resultados obtenidos podemos afirmar que los datos de la muestra de estudio no provienen de una distribución normal.

Asimismo según puede observarse en las figuras siguientes la curva de distribución difieren de la curva normal.

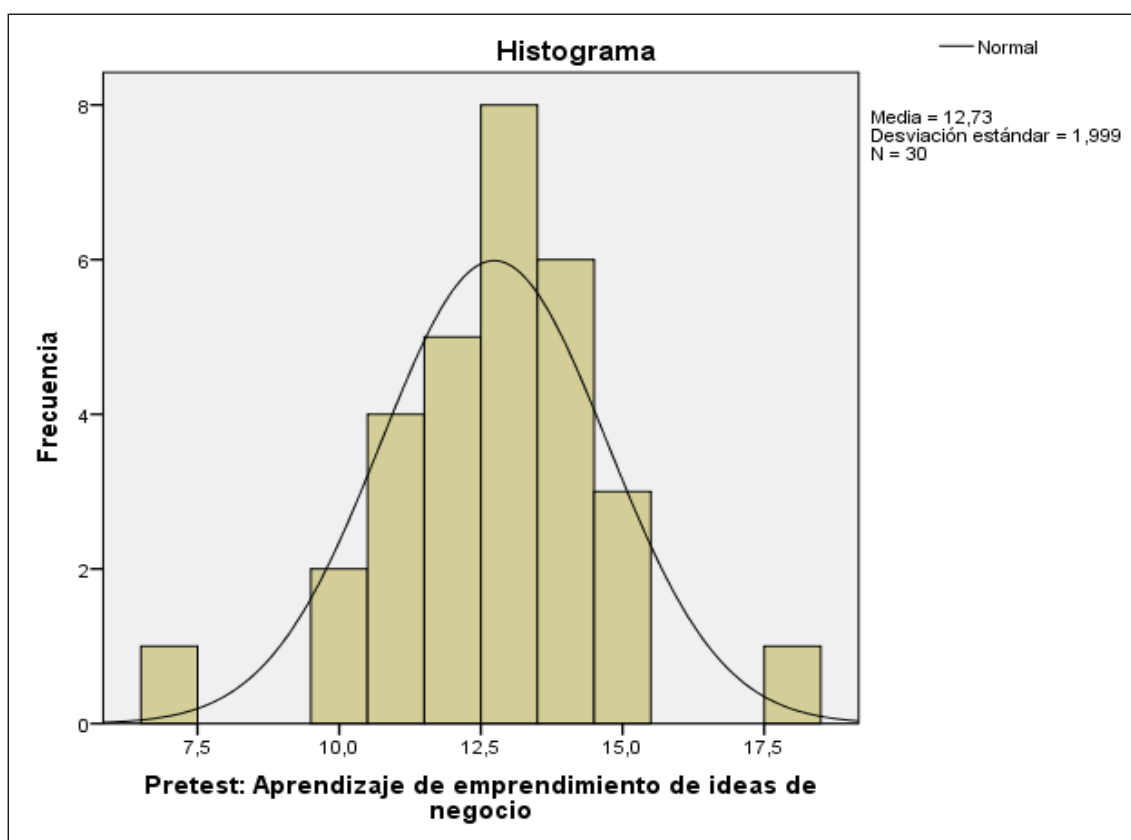


Figura 19. Distribución de frecuencias de los puntajes de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest.

Según puede observarse en la figura 19, la distribución de frecuencias de los puntajes obtenidos a través de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest, se hallan sesgados hacia la derecha, teniendo una media de 12.73 y una desviación típica de 1.999, asimismo la figura muestra que la curva de distribución difiere de la curva normal, considerada como una curva platicurtica, según Jimeno (2006) presenta un reducido grado de concentración alrededor de los valores centrales de la variable (p. 193), por lo tanto se afirma que la curva no es la normal.

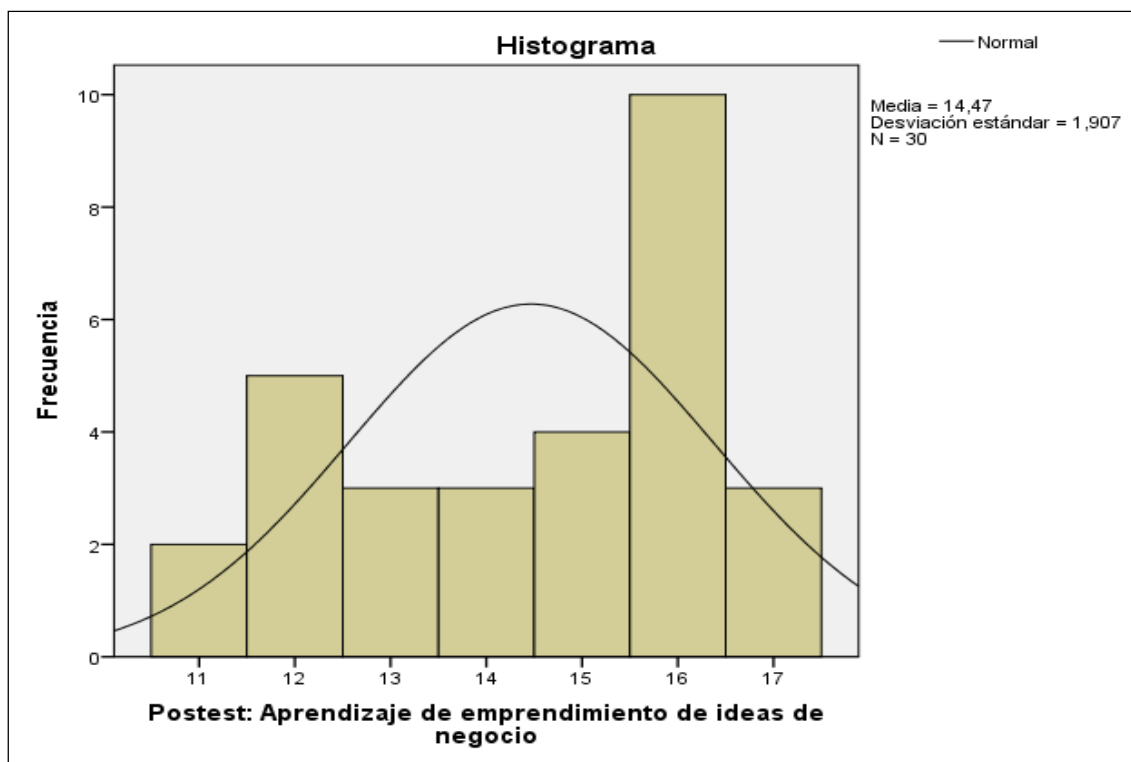


Figura 20. Distribución de frecuencias de los puntajes de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el posttest

Según puede observarse en la figura 20, la distribución de frecuencias de los puntajes obtenidos a través de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el posttest, se hallan sesgados hacia la derecha, teniendo una media de 14.47 y una desviación típica de 1.907. Asimismo la figura muestra que la curva de distribución no difiere de la curva normal, considerada como curva platicúrtica. Jimeno (2006) presenta un reducido grado de concentración alrededor de los valores centrales de la variable (p. 193).

De igual forma, se observa que el nivel de significancia (Sig. asintót. (bilateral) para Shapiro-Wilk es menor que 0.05 tanto en los puntajes obtenidos a nivel de la prueba de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en el pretest como en el posttest, por lo que se puede deducir que la distribución de estos puntajes en ambos casos difieren de la distribución normal, por lo tanto, para el desarrollo de la prueba de hipótesis; se ha utilizado la prueba no paramétrica para distribución no normal de los datos U de Mann-Whitney (diferencia de medias).

5.2.2.2 Prueba de hipótesis

En el presente rubro se presenta cada una de las hipótesis puestas a prueba, contrastándolas en el mismo orden que han sido formuladas, con el fin de facilitar la interpretación de los datos.

Hipótesis General

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula (H_0) e hipótesis alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0):

La aplicación del programa de gestión empresarial no influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Alterna (H_1):

La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Paso 2: Selección del nivel de significancia

El nivel de significancia consiste en la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, cuando es verdadera, a esto se le denomina Error de Tipo I, algunos autores consideran que es más conveniente utilizar el término Nivel de Riesgo, en lugar de significancia. A este nivel de riesgo se le denota mediante la letra griega alfa (α). Para la presente investigación se ha determinado que: $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección del valor estadístico de la prueba

Con el propósito de establecer el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente, se ha utilizado la prueba estadística no paramétrica U de Mann-Whitney.

Tabla 38

Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (VD)

U de Mann-Whitney		Pretest
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio	<i>U</i>	105.000
	<i>p</i>	0.775
	<i>N</i>	30
U de Mann-Whitney		Postest
Aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio	<i>U</i>	15.000
	<i>p</i>	0.000
	<i>N</i>	30

Regla de decisión:

Se acepta la Hipótesis Alternativa: Si y solo si $p < 0.05$

Se acepta la Hipótesis Nula: Si y solo si $p > 0.05$

Paso 4: Interpretación

En el Pretest se utilizó la prueba estadística U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio tanto para el grupo control como para el grupo experimental presentan resultados similares en los puntajes obtenidos, debido a que la significancia observada $p = 0.775$ es mayor que la significación teórica $\alpha = 0.05$.

En el Posttest también se utilizó la prueba estadística denominada U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio tanto para el grupo de control como para el grupo experimental presentan resultados diferentes en los puntajes obtenidos, debido a que la significación observada $p = 0.000$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio sean similares para ambos grupos.

Por lo tanto, en el posttest, asumiendo que el valor $p = 0.000$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, diciendo que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en

los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

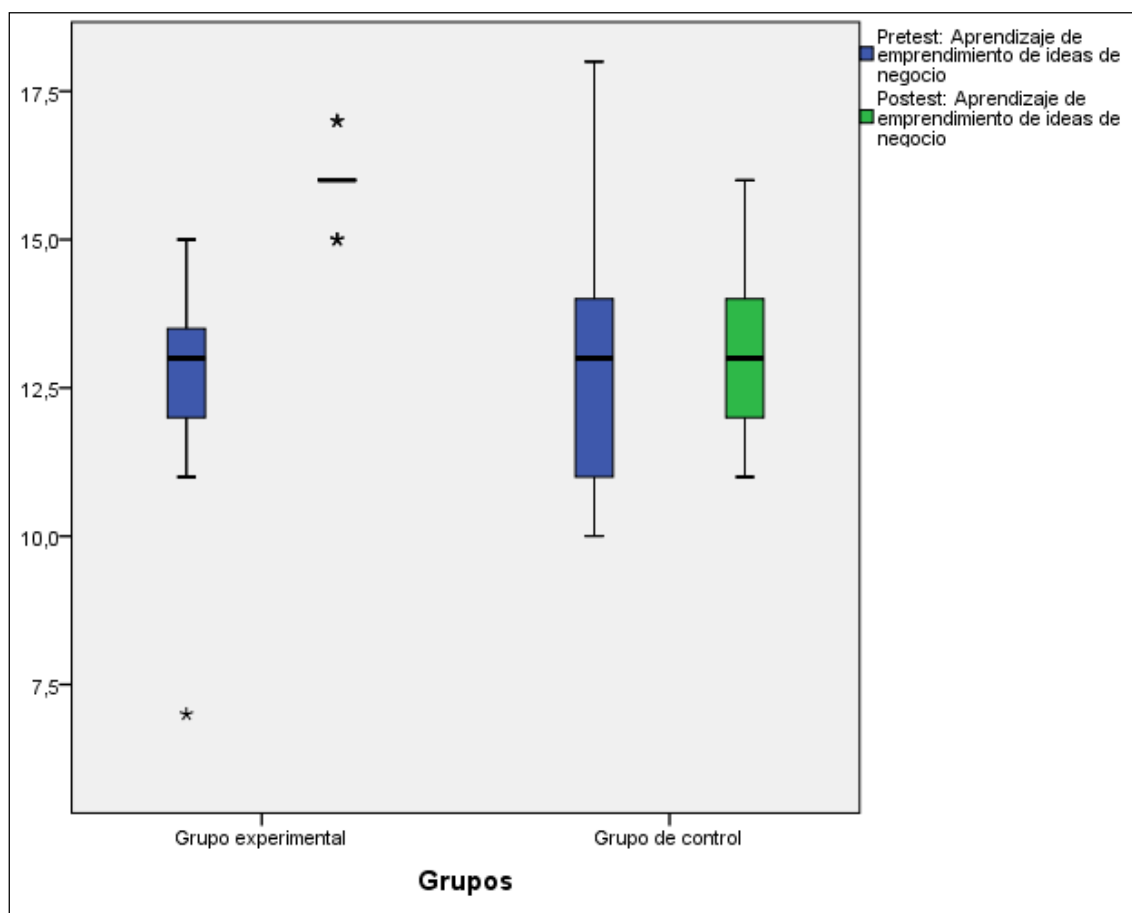


Figura 21. Diagrama de cajas pretest vs posttest ambos grupos (VD).

Asimismo en la figura 21 se observa que los estudiantes del grupo experimental presentan mejores puntajes en su aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, debido a la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en contraposición a la metodología tradicional empleada en los estudiantes del grupo control.

Paso 5: Toma de decisión

En consecuencia se verifica que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del

tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Específica 1

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula (H_0) e hipótesis alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0):

La aplicación del programa de gestión empresarial no influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Alterna (H_1):

La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Paso 2: Selección del nivel de significancia

El nivel de significancia consiste en la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, cuando es verdadera, a esto se le denomina Error de Tipo I, algunos autores consideran que es más conveniente utilizar el término Nivel de Riesgo, en lugar de significancia. A este nivel de riesgo se le denota mediante la letra griega alfa (α). Para la presente investigación se ha determinado que: $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección del valor estadístico de la prueba

Con el propósito de establecer el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente, se ha utilizado la prueba estadística no paramétrica U de Mann-Whitney.

Tabla 39

Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D1)

U de Mann-Whitney			Pretest
Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	U		111.000
	p		0.967
	N		30
U de Mann-Whitney			Posttest
Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa	U		32.000
	p		0.000
	N		30

Regla de decisión:

Se acepta la Hipótesis Alternativa: Si y solo si $p < 0.05$

Se acepta la Hipótesis Nula: Si y solo si $p > 0.05$

Paso 4: Interpretación

En el Pretest se utilizó la prueba estadística U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa tanto para el grupo control como para el grupo experimental presentan resultados similares en los puntajes obtenidos, debido a que la significancia observada $p = 0.967$ es mayor que la significación teórica $\alpha = 0.05$.

En el Posttest también se utilizó la prueba estadística denominada U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa tanto para el grupo de control como para el grupo experimental presentan resultados diferentes en los puntajes obtenidos, debido a que la significación observada $p = 0.000$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio sean similares para ambos grupos.

Por lo tanto, en el posttest, asumiendo que el valor $p = 0.000$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, diciendo que: La aplicación del programa de

gestión empresarial influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

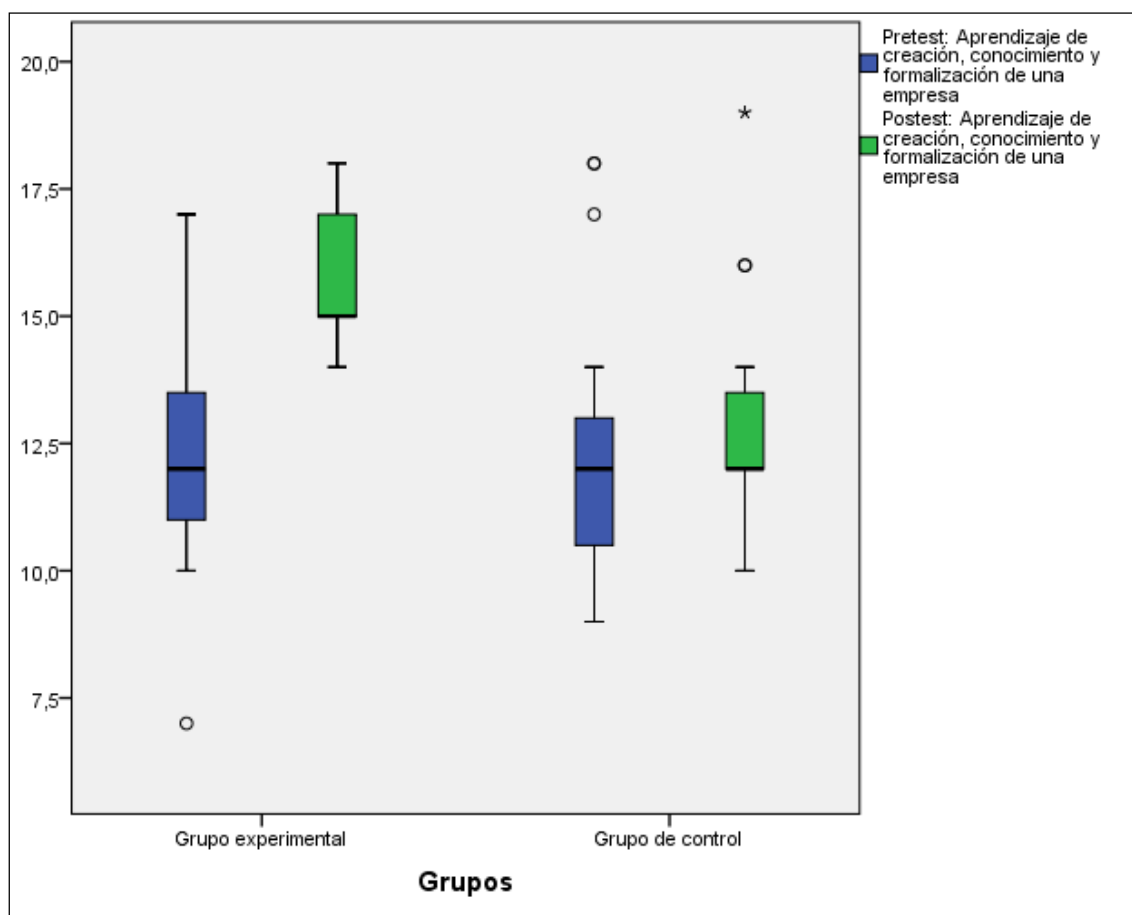


Figura 22. Diagrama de cajas pretest vs posttest ambos grupos (D1).

Asimismo en la figura 22 se observa que los estudiantes del grupo experimental presentan mejores puntajes en su aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa, debido a la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en contraposición a la metodología tradicional empleada en los estudiantes del grupo control.

Paso 5: Toma de decisión

En consecuencia se verifica que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Específica 2

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula (H_0) e hipótesis alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0):

La aplicación del programa de gestión empresarial no influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Alterna (H_1):

La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Paso 2: Selección del nivel de significancia

El nivel de significancia consiste en la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, cuando es verdadera, a esto se le denomina Error de Tipo I, algunos autores consideran que es más conveniente utilizar el término Nivel de Riesgo, en lugar de significancia. A este

nivel de riesgo se le denota mediante la letra griega alfa (α). Para la presente investigación se ha determinado que: $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección del valor estadístico de la prueba

Con el propósito de establecer el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente, se ha utilizado la prueba estadística no paramétrica U de Mann-Whitney.

Tabla 40

Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D2)

U de Mann-Whitney		Pretest
Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	U	89.500
	p	0.345
	N	30
U de Mann-Whitney		Posttest
Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa	U	26.000
	p	0.000
	N	30

Regla de decisión:

Se acepta la Hipótesis Alterna: Si y solo si $p < 0.05$

Se acepta la Hipótesis Nula: Si y solo si $p > 0.05$

Paso 4: Interpretación

En el Pretest se utilizó la prueba estadística U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa tanto para el grupo control como para el grupo experimental presentan resultados similares en los puntajes obtenidos, debido a que la significancia observada $p = 0.345$ es mayor que la significación teórica $\alpha = 0.05$.

En el Posttest también se utilizó la prueba estadística denominada U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa tanto para el grupo de control como para el grupo experimental presentan resultados diferentes en los puntajes obtenidos, debido a que la significación observada $p = 0.000$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$, por lo que se

rechaza que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio sean similares para ambos grupos.

Por lo tanto, en el posttest, asumiendo que el valor $p = 0.000$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, diciendo que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

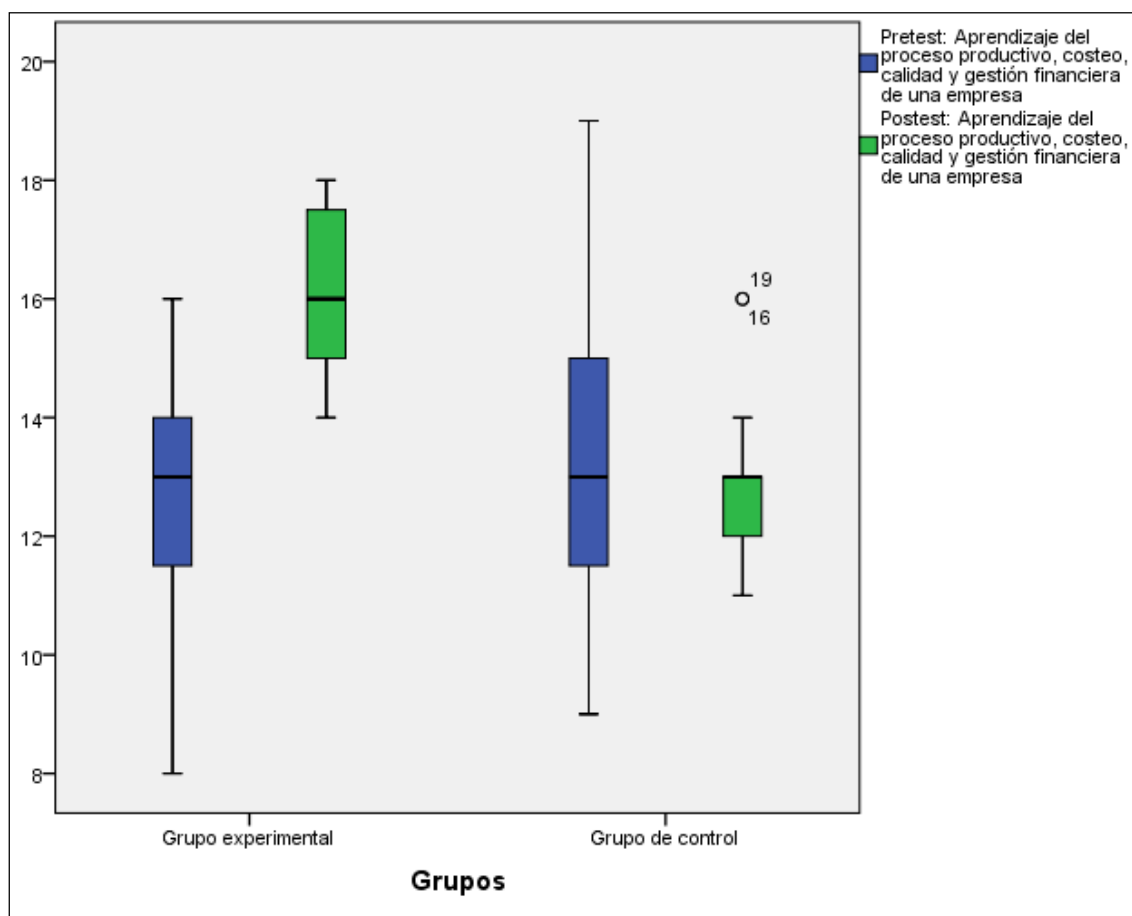


Figura 23. Diagrama de cajas pretest vs posttest ambos grupos (D2).

Asimismo en la figura 23 se observa que los estudiantes del grupo experimental presentan mejores puntajes en su aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa, debido a la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en contraposición a la metodología tradicional empleada en los estudiantes del grupo control.

Paso 5: Toma de decisión

En consecuencia se verifica que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Específica 3

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula (H_0) e hipótesis alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0):

La aplicación del programa de gestión empresarial no influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Hipótesis Alterna (H_1):

La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

Paso 2: Selección del nivel de significancia

El nivel de significancia consiste en la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, cuando es verdadera, a esto se le denomina Error de Tipo I, algunos autores consideran que es más conveniente utilizar el término Nivel de Riesgo, en lugar de significancia. A este nivel de riesgo se le denota mediante la letra griega alfa (α). Para la presente investigación se ha determinado que: $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección del valor estadístico de la prueba

Con el propósito de establecer el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente, se ha utilizado la prueba estadística no paramétrica U de Mann-Whitney.

Tabla 41

Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes (D3)

U de Mann-Whitney		Pretest
Aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa	<i>U</i>	98.000
	<i>p</i>	0.567
	<i>N</i>	30
U de Mann-Whitney		Postest
Aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa	<i>U</i>	39.000
	<i>p</i>	0.002
	<i>N</i>	30

Regla de decisión:

Se acepta la Hipótesis Alterna: Si y solo si $p < 0.05$

Se acepta la Hipótesis Nula: Si y solo si $p > 0.05$

Paso 4: Interpretación

En el Pretest se utilizó la prueba estadística U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa tanto para el grupo control como para el grupo experimental presentan resultados similares en los puntajes obtenidos, debido a que la significancia observada $p = 0.567$ es mayor que la significación teórica $\alpha = 0.05$.

En el Posttest también se utilizó la prueba estadística denominada U de Mann-Whitney, observándose que el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa tanto para el grupo de control como para el grupo experimental presentan resultados diferentes en los puntajes obtenidos, debido a que la significación observada $p = 0.002$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza que el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio sean similares para ambos grupos.

Por lo tanto, en el posttest, asumiendo que el valor $p = 0.002$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, diciendo que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

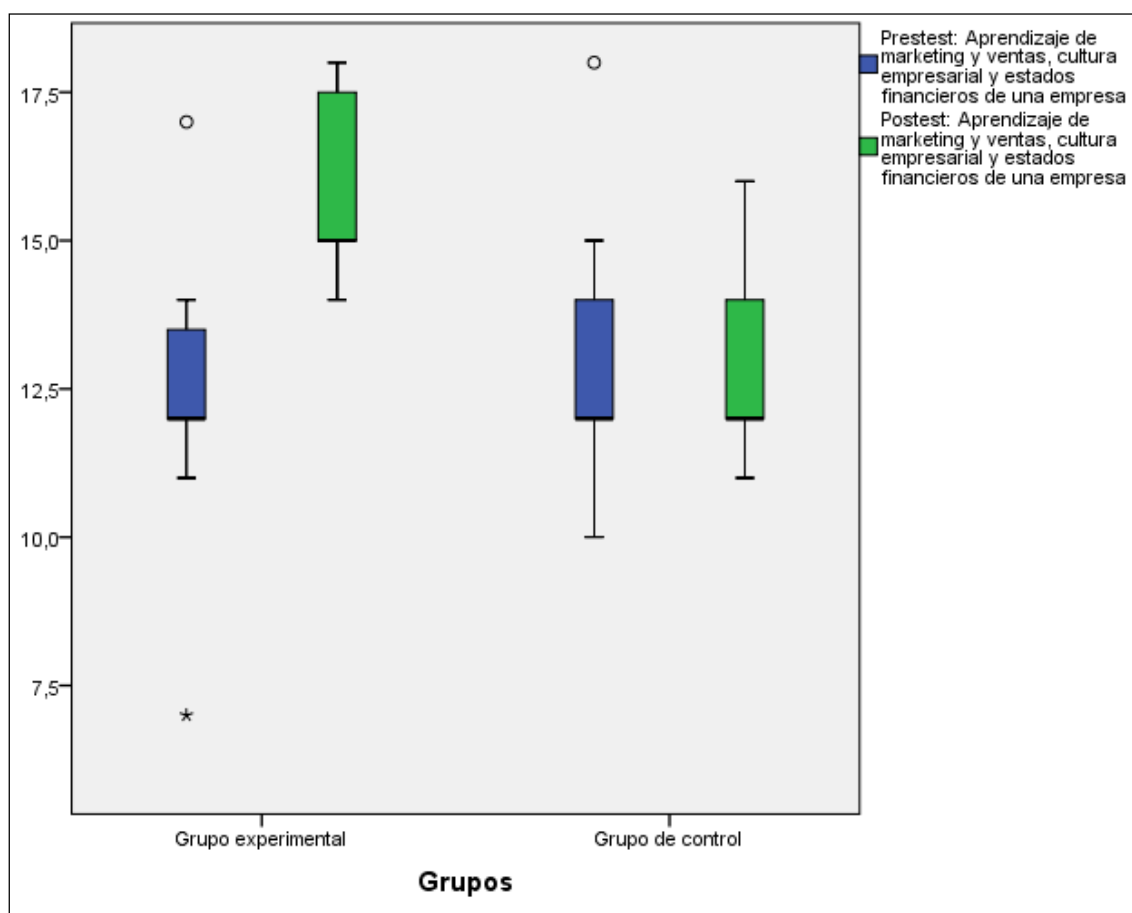


Figura 24. Diagrama de cajas pretest vs posttest ambos grupos (D3).

Asimismo en la figura 24 se observa que los estudiantes del grupo experimental presentan mejores puntajes en su aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa, debido a la influencia de la aplicación del programa de gestión empresarial, en contraposición a la metodología tradicional empleada en los estudiantes del grupo control.

Paso 5: Toma de decisión

En consecuencia se verifica que: La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional.

5.3 Discusión

Luego de haber detallado los resultados de la investigación, sobre los efectos que ha producido la enseñanza – aprendizaje, utilizando el programa de gestión empresarial en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio de los estudiantes del grupo experimental; la presente sección comprende la discusión de los hallazgos encontrados:

El aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, logrado con apoyo del módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial, constituye una alternativa innovadora en el proceso de enseñanza – aprendizaje, al sostenerse que los estudiantes tienen una capacidad natural de aprender y poderosas fuerzas constructivas en su personalidad, al buscar la autorrealización; y si aquello que se le imparte está en relación a su interés y con lo que este quiere aprender, entonces se producirá un aprendizaje significativo, que parte de su propio ritmo.

Asimismo, el rol del docente es la de facilitador y orientador del aprendizaje, que a través de la comprensión, empatía, aprecio, y respeto al estudiante puede hacer que éste logre los aprendizajes esperados.

Por otro lado el proceso de enseñanza – aprendizaje del docente se complementa con el uso del módulo experimental denominado: programa de gestión empresarial, a través de unidades de aprendizaje, medios que nos han permitido comunicar el conocimiento; estos materiales, fueron elaborados en relación al contenido de la asignatura de Educación para el Trabajo que se imparte en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015.

La finalidad que tuvo elaborar el módulo experimental denominado: programa de gestión empresarial y cada uno de sus unidades, es que tengan un carácter autodidáctico, autosuficiente y que la participación del docente, priorice más la función orientadora y facilitadora, promoviendo en el estudiante, el autoestudio, el autocontrol, el autoaprendizaje, y la autoevaluación; todo lo que conduce a pensar críticamente, reflexionar, analizar y aclarar las dudas, etc.

Es así que pasamos a exponer y discutir la relación que existe entre los hechos observados y descritos anteriormente.

5.3.1 Discusión de resultados de la hipótesis general

Luego de haber desarrollado durante un trimestre, las tres unidades temáticas del módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial, y, aplicada la posprueba, se ha encontrado que el promedio alcanzado por los estudiantes del grupo experimental en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, supera en más tres puntos al grupo control; hecho que se ha demostrado a través de los resultados obtenidos y medidos estadísticamente. Los otros indicadores estadísticos como la media, la mediana y la desviación estándar, también confirman la diferencia a favor del grupo experimental. Por lo tanto, la enseñanza – aprendizaje con el empleo del módulo experimental denominado: programa de gestión empresarial, demuestra haber sido efectivo.

En el nivel inferencial, se formuló la Hipótesis General, el mismo que se sometió a la prueba estadística no paramétrica para inferencias con muestras independientes, denominado *U de Mann-Whitney*. De esta Hipótesis General planteada, su hipótesis

nula (H_0) fue rechazada, aceptándose en consecuencia la hipótesis de investigación (H_i), lo que demuestra íntegramente el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

5.3.2 **Discusión de resultados de las hipótesis específicas.**

El desarrollo de la enseñanza – aprendizaje mediante la aplicación del módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial, se realizó durante un trimestre académico:

La primera etapa: se realizó la Unidad I: Aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa.

La segunda etapa: se realizó la Unidad II: Aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa.

La tercera etapa: se realizó la Unidad III: Aprendizaje de marketing y ventas, cultura empresarial y estados financieros de una empresa.

Posteriormente se aplicó la prueba de salida o posprueba, la cual se divide en tres sub pruebas (Prueba de conocimiento, prueba de procedimiento, y prueba de actitud), elaboradas para evaluar los aprendizajes de emprendimiento de ideas de negocio, encontrando que el resultado de los promedios alcanzados por los estudiantes del grupo experimental en el logro de sus aprendizajes, supera a los promedios alcanzados por el grupo control; hecho que se ha demostrado a través de los resultados obtenidos y medidos estadísticamente.

En el caso de la inferencia, se formuló tres Hipótesis Específicas, las mismas que se sometieron a la prueba estadística no paramétrica para inferencias con muestras pequeñas e independientes, denominado *U de Mann-Whitney*. De estas tres Hipótesis Específicas planteadas, sus tres hipótesis nulas (H_0) fueron rechazadas, aceptando así, como consecuencia las tres hipótesis de investigación (H_i). Estos hechos demuestran

íntegramente el cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación, y la eficacia de utilizar un módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio.

Finalmente, si comparamos los resultados obtenidos en la presente tesis, con aquellos trabajos que a manera de antecedentes de la investigación, se hace referencia en el Capítulo II; podemos señalar que en nuestro caso en términos generales, lo que efectivamente se ha determinado luego del experimento, es que la enseñanza con la ayuda de un módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial, influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, (con un $p < 0.05$) cuya significancia observada $p = 0.000$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$, resultado que es comparado con aquellos a quienes se les impartió la enseñanza de tipo tradicional.

5.3.3 **Discusión de resultados con otras investigaciones.**

La presente investigación a través de los resultados obtenidos, ha encontrado que la aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con un $p < 0.05$) cuya significancia observada $p = 0.000$ es menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.

No obstante, los resultados en cuanto al nivel experimental, muestra que en lo referente al uso de módulo experimental denominado: Programa de gestión empresarial en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio, los resultados hallados son congruentes o compatibles con otros a nivel de evaluación, de acuerdo con Andrade y Bravo (2009), quienes en su estudio sobre la: *Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa administración de empresas de la Universidad de*

la *Amazonía*; encontraron que en cuanto al dominio y comunicación temática de su propuesta didáctica el 70% de los estudiantes perciben que las sesiones de clase son “siempre” planeadas y, en la misma proporción consideran que existe un dominio conceptual por parte de los docentes en los temas tratados, esto es compatible con nuestros resultados obtenidos, puesto que los estudiantes de la asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, logran una media aritmética y una mediana de 16.0 puntos en la escala vigesimal, equivalente al 80%; este resultado es explicable dado que: según Mejía (1996), los estudiantes que tengan altos índices académicos, lograrán éxito académico aun cuando dispongan de poco tiempo para estudiar. Asimismo, según Pajares (1998), el propósito del uso de un módulo de aprendizaje favorece el autoaprendizaje, la actitud crítica de los estudiantes, la adquisición de conocimientos teórico-prácticos, asimismo, cuanto más participan los estudiantes en su propio aprendizaje, mayor es la consistencia, confianza y seguridad en los conocimientos que van logrando. Finalmente Quiroz de Papa (2002), considera que el módulo es un medio diseñado para promover el autoaprendizaje pero sin dejar de lado el empleo de otros medios, entre los cuales podría estar el docente o tutor, punto de vista que compartimos y aplicamos en esta investigación.

Conclusiones

Con un nivel de confianza del 95%, se concluye que:

- Primero.** La aplicación del programa de gestión empresarial influye en el aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con un $p < 0.05$) Significancia observada $p = 0.000$ menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.
- Segundo.** La aplicación del programa de gestión empresarial, influye en el aprendizaje de creación, conocimiento y formalización de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de

Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con una $p < 0.05$) Significancia observada $p = 0.000$ menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.

Tercero. La aplicación del programa de gestión empresarial, influye en el aprendizaje del proceso productivo, costeo, calidad y gestión financiera de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con una $p < 0.05$) Significancia observada $p = 0.000$ menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.

Cuarto. La aplicación del programa de gestión empresarial, influye en el aprendizaje de marketing y ventas, cultural empresarial y estados financieros de una empresa en los estudiantes del tercer grado de Educación secundaria, asignatura de Educación para el Trabajo de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, durante el periodo académico 2015, respecto de la metodología tradicional. (Con una $p < 0.05$) Significancia observada $p = 0.002$ menor que la significancia teórica $\alpha = 0.05$.

Recomendaciones

El desarrollo de la presente investigación, nos permite recomendar lo siguiente:

Primero. Se recomienda a las autoridades de la Institución Educativa N° 20523 Corazón de Jesús, Supe, UGEL N° 16 – Barranca, den como prioridad este tipo de investigaciones, impulsando y apoyando a los estudiantes para que lleven las capacitaciones de emprendimiento de ideas de negocio en sus comunidades y entorno familiar.

Segundo. Dar continuidad al proceso de implementación de la propuesta metodológica de emprendimiento de ideas de negocio en lo referido a la didáctica del componente gestión empresarial perteneciente al organizador, comprensión y aplicación de tecnologías de la asignatura educación para el trabajo.

- Tercero.** Afianzar la propuesta curricular, llevando a cabo las etapas propuestas para el desarrollo del énfasis de formación e institucionalización a través de la comisión del proyecto educativo institucional en lo concerniente a la propuesta pedagógica, de la manera en que fueron concebidas y enriqueciéndolas con el aporte de los docentes.
- Cuarto.** Realizar evaluaciones periódicas colegiadas en el corto y mediano plazo a la implementación de la propuesta didáctica para permitir realizar correcciones o ajustes a la misma de acuerdo con las necesidades del momento histórico y cultural en que se desarrolle.
- Quinto.** Finalmente, debido al bajo nivel investigativo en el campo de la formación de competencias para el emprendimiento mediadas por el uso de las tecnologías de base, es necesario continuar con nuevos procesos de investigación en el tema, que permitan mejorar la formación de estudiantes comprometidos con el desarrollo empresarial. Entre los nuevos temas de investigación que se desprenden, está la exploración de otras didácticas contemporáneas en los componentes del énfasis, la creación de recursos tecnológicos como apoyo para la enseñanza y aprendizaje (simuladores, material multimedia) y la identificación del perfil emprendedor del estudiante de la educación básica regular y del programa y su articulación en la creación de una cultura empresarial.

Referencias

- Alcívar K., Quillupangui V. y Saltos M. (2006). *Adecuación de un ambiente pedagógico e implementación de un plan de capacitación para emprendimiento de negocios familiares dirigidos a un grupo de agricultores “Unocaj” parroquia Junín, del cantón Junín 2009* (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- Andrade M. y Bravo W. (2009). *Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa administración de empresas de la universidad de la Amazonía*. (tesis de maestría), Universidad de la Amazonía, Florencia, Colombia.
- Anderson, R.C., Wilson, P.T. y Fielding, L.G. (1988). *Growth in reading and how children spend their time outside of school*. *Reading Research Quarterly*

- Cabanillas A., G. (2004). *Influencia de la enseñanza directa en el mejoramiento de la gestión de alianzas estratégicas de los encuestados de Ciencias de la Educación* (tesis de maestría). Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú.
- Calderón M., Goldstein V. y Vejarano A. (2007). *Gobierno corporativo en las Empresas familiares peruanas: caso de estudio en el sector textil* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.
- Coleman, J.S., Capbell, E., Hobson, C.J., McPatland, J., Mood, A., Weinfield, F. y York, R.L. (1996). *Equality of Educational Opportunity*, Washington, D.C.: US Government Printing Office.
- Díaz, P. (2005). *Diseño de un sistema de gestión empresarial adaptado a las PYMES del sector textil cuya producción se basa en el tiraje de tejidos para el hogar* (tesis de maestría), Valencia, España.
- Domínguez, R. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Madrid, España: Instituto europeo de gestión empresarial.
- Estaña, F. (2014). *Nivel de aprendizaje y disciplina escolar según las condiciones de vulnerabilidad socioeconómica de los estudiantes secundarios de la UGEL 06 de Ate Vitarte* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Fauré, E. (1973). *Aprender a ser. La educación del futuro*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Ferrer, G. (2006). *Sistemas de evaluación de aprendizajes en américa latina balance y desafíos*. Recuperado de <http://www.grade.org.pe/gtee-preal/docs/Ferrer.pdf>
- Formichella, M. (2004) El concepto de emprendimiento y su relación con la Educación, el empleo y el desarrollo local. Recuperado de: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.
- Fullan, M. (2002). *Los nuevos significados del cambio en la educación*. Barcelona, España: Octaedro
- Gagné, R. M. (1965). *The conditions of learning*. New York: Holt, Rinehart and Winston

- González-Pienda (2002). *Manual de psicología de la educación*. Madrid, España: Pirámide.
- González C., R. (1991). *Las estrategias de aprendizaje: Características básicas y su relevancia en el contexto escolar*. Coruña, España: Departamento de Psicología Educativa de Educación, Universidad de Coruña.
- Good y Brophy (1994). *Enseñanza*. Ciudad de México, México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Gómez, M. (2008). *Herramientas para emprendedores*. Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas
- Gutiérrez (2009). *Capacidades emprendedoras y rendimiento académico en estudiantes de la facultad de ciencias contables de la UNMSM* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Haberkorn, R. (2003). *Gestión empresarial con ERP* (1ª ed.). Sao Paulo, Brasil: Microsiga Intelligent
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Herrera M. (2009). *Principios básicos del aprendizaje*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/16247127/Principios-Basicos-Del-Aprendizaje#scribd>
- Hilgard, E.R. (1979). *Teorías del Aprendizaje*. México: Trillas. Mencionado por Alonso y Gallego (2000).
- Knowles S., Holton F., Swanson A. (2001). *Andragogía, El Aprendizaje de los Adultos*. Ciudad de México, México: Oxford.
- León, C. (2011). *Diseño de una planificación estratégica para la empresa Reprodata Cia. Ltda., dedicada a la reparación y mantenimiento de equipos de copiado e impresión (impresoras y multifuncionales) marca Lexmark de la ciudad Quito* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- Mayor, F. (1998). *La educación a las puertas del tercer milenio*: [discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación]. Paris. Francia.
- Manzú, J. (2011). *Programa inicia: fundamentos y primeros avances*. Santiago de Chile, Chile: MINEDUC

- Mejía, E. (1996). Factores del éxito académico en estudios de Post Grado. En *Revista Peruana de Educación*, 1 (1). Lima, Perú: Optimice.
- Miljánovich, M. (2000). *Relaciones entre la Inteligencia General, el rendimiento académico y la comprensión de lectura* (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- MML (2014) *emprendedores gestionando negocios*, primera edición, burcon impresores y derivados, Lima, Perú.
- Orlich, D. (1994). *Técnicas de enseñanza. Modernización en el aprendizaje*. México DF, México: Noriega.
- Pajares, M. (1998). *Programa de enseñanza de Investigación Científica y su relación con los conocimientos teórico-prácticos en estudiantes de Maestría de universidades de Lima Metropolitana 1997-1998*. En Congreso Sudamericano de Investigación Educacional, Lima, Perú.
- Paz, Y. (2011). *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.
- Pérez Gómez, A. (1988). *Análisis didáctico de las Teorías del Aprendizaje*. Málaga, España: Universidad de Málaga.
- Pérez, Y. (2012). *Evaluación del desempeño docente y su influencia en el logro de aprendizajes en el área de ciencias sociales en la UGEL 06 – 2008* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Quiroz, R. (2002). *El empleo de módulos autoinstructivos en la enseñanza – aprendizaje de la asignatura de legislación y deontología bibliotecológica (primera parte: introducción al derecho constitucional peruano)* (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Rachman D., y Mescon M. (1996). *Introducción a los negocios*. Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Real Academia Española (RAE) (2015). *Diccionario de la Lengua Española* (36ª ed.). Madrid, España: Espasa Calpe.
- Reyes (1988). *Influencia del programa curricular y del trabajo docente en el aprovechamiento escolar en historia del Perú de alumnos del 3er grado de*

- educación secundaria* (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Ruiz J. (2004). *La gestión por calidad total en la empresa moderna* (6ª ed.). Madrid, España: Alfaomega.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica* (2ª ed.). Lima, Perú: Mantaro.
- SINEACE (2014). *Educación emprendedora en la educación básica regular*. Lima, Perú: Súper gráfica EIRL.
- The Economist (1997). *The results TIMSS*, EE.UU: Marzo, semana 29th.
- Ugarriza, N. (1998). *Evaluación del rendimiento académico*. Lima, Perú: Educación Superior Lima - Perú.
- UNESCO. (1998). Primer Estudio Internacional Comparativo. Santiago de Chile, Chile: Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación.
- Vela (2011). *Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana* (tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Zabala, A. y Arnau, L. (2008). *Cómo aprender y enseñar competencias*. Barcelona, España: Graó.
- Zabalsa, M.A. (1991). *Fundamentos de la Didáctica y del conocimiento didáctico*. En A. Medina y M.L. Sevillano (coord.): *El currículo Fundamentación, Diseño, Desarrollo y Educación*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.

Apéndices

Apéndice 1

Programa de gestión empresarial

(Módulo experimental)

Apéndice 2

Pruebas de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio

Pruebas competenciales (Conocimientos, procedimientos y actitudes)

Apéndice 3

Juicio de expertos

Validación de contenido por juicio de expertos del programa de gestión empresarial y de las pruebas de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio (3 jueces).

Apéndice 4

Prueba de confiabilidad y base datos de variables

Análisis de confiabilidad y base de datos de las pruebas de aprendizaje de emprendimiento de ideas de negocio (Pruebas de conocimientos, procedimientos y actitudes).